
KATUMUOTIA TAMPEREELTA; KATUMUOTIBLOGIN SYNTY JA JULKISUUS

Case TREnd



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2015

Jenni Valtee

Jenni Valtee



VISAMÄKI
Muotoilun koulutusohjelma
Jalkinesuunnittelu

Tekijä	Jenni Valtee	Vuosi 2015
Työn nimi	Katumuotia Tampereelta; Katumuotiblogin synty ja julkisuus. Case TREnd	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli perustaa katumuotiblogi Tampereelle sekä tarkastella blogin avulla kaupungin katumuotia ja erilaisia tyylejä. Työn taustalla toimivat opinnäytetyöntekijän sivuaineopinnot University of South Walesissa, jossa katumuotikuvausta toteutettiin osana muotikuvaus-kursia. Työn tavoitteena oli tutkia mitä katumuotiblogin ylläpitäminen vaatii ja millainen postaustiheys vaaditaan blogille, jolle halutaan kerryttää näkyvyyttä ja julkisuutta. Työtä määritteli paljolti itse kuvattu materiaali, jonka avulla Tampereen katumuotia pystyi luonnehtimaan ja tutkimaan.

Lähdemateriaalina ja inspiraationa käytettiin useita eri pitkänlinjan katumuotiblogeja Suomessa ja ympäri maailmaa sekä tehtiin kaksi sähköposti-haastattelua, joiden avulla saatiin ajankohtaista tietoa bloggaamisesta ja muotibloggaajan haasteista sekä katumuotiblogin ylläpitämisestä Suomessa. Opinnäytetyön aineisto koostuu suurimmaksi osaksi verkkoaineistoista ja lähteistä sillä painettua kirjallisuutta aiheesta löytyy hyvin vähän.

Prosessin aikana onnistuttiin perustamaan tyylikäs ja omaleimainen katumuotiblogi, joka päivittyi lähes säännöllisesti. Blogiin saatiin kerättyä monipuolista kuvamateriaalia sekä blogille luotiin suunnitelman mukainen ulkoasu, joka koostuu laadukkaista kuvista. Johtopäätöksenä prosessi tuotti selvityksen tamperelaisesta katumuodista sekä blogin keräämästä näkyvyydestä lyhyen aikavälin sisällä. Jatkossa blogin volyymia tullaan lisäämään ja sosiaalinen media tullaan linkittämään lähemmin blogin yhteyteen esimerkiksi Instagram-kuvapalvelun avulla.

Avainsanat Blogi, bloggaaminen, postaaminen, katumuoti, muotoilu

Sivut 54 s. + liitteet 4 s.



VISAMÄKI

Degree Programme in Design

Author

Jenni Valtee

Year 2015

Subject of Bachelor's thesis

Street style from Tampere; The creation and publicity of a street style blog. Case TREnd

ABSTRACT

The subject of the final thesis was to set up a street style blog in Tampere and to observe the street wear and different styles in the city along with the blog. The background of the author's subject comes from the minor studies at University of South Wales, which included street style photography as part of a fashion photography course. The aim for the thesis was to examine the requirements for keeping up the blog and to find out which kind of frequency is needed when the blog is aiming for publicity and coverage. The examination was mostly defined by the material taken by the author which helped her to describe and study the street style in Tampere.

As a reference and inspiration, many long-term street style blogs in Finland and all over the world were used. Also two email interviews were made to get current information about blogging and the challenges of fashion blogging and street style blogging in Finland. The reference material consists mainly of web sources due to the lack of printed written material.

A stylish and unique street style blog that was updated almost regularly was successfully established. Diverse footage was gathered in the blog and the layout as planned with quality photos was created. As a conclusion the process produced a report including an outlook of the typical street style in Tampere and the short term coverage of the blog. The volume of the blog will be expanded in the future by linking social media more closely with the blog e.g. with the help of a photo app Instagram.

Keywords Blog, blogging, posting, street style, design

Pages 54 p. + appendices 4 p.



SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	USW Fashion Promotion The Sartorial Project taustalla	2
1.2	Palmroth Originalin look book taustalla	4
1.3	Aiheen rajausta ja tavoitteet	5
1.4	Kysymyksenasettelu ja tiedonhankinta	6
1.5	Viitekehys	7
1.6	Keskeiset käsitteet	8
2	MUOTIBLOGIT JA BLOGGAAMINEN	9
3	KATUMUOTIBLOGIT	13
3.1	Mitä on katumuoti?	13
3.2	Katumuodin ja katumuotiblogien historiaa	14
3.3	Katumuotiblogit esittelyssä	18
3.3.1	The Sartorialist	18
3.3.2	Face Hunter	20
3.3.3	Tommy Ton	22
3.3.4	The Locals	24
3.3.5	Stockholm Street Style	26
3.3.6	Hel Looks	26
3.4	Katumuotiblogien vertailua	28
4	TREND -KATUMUOTIBLOGI	30
4.1	TREnd	30
4.2	Kuvaustyyli	33
4.3	Kuvaus, postaaminen ja käytäntö	35
4.4	Näkyvyyden seuranta	37
4.5	Loppupäätös	41
5	POHDINTA JA ARVIOINTI	43
5.1	Pohdinta	43
5.2	Työn tavoitteet ja arviointi	45
	LÄHTEET	47

Liite 1	Haastattelukysymykset Ida Hanhiniemelle
Liite 2	Haastattelukysymykset Liisa Jokiselle
Liite 3	Valokuvien käyttösovitukset
Liite 4	Valikoituja kuvia katumuotiblogista





1 JOHDANTO

Katumuoti on noussut yhdeksi seuratuimmista muodin ilmentymistä. Tämä on alue, johon jokainen tavallinen ihminen voi vaikuttaa ja osallistua, olematta niin sanotusti ”epämuodikas”. Katumuotia luodaan sananmukaisesti kadulla ja sen vaikutus näkyy suurissa muotitaloissa asti.

Muodin suurkuluttajana koen tarvetta päivittää tietouttani alituisen sekä sosiaalisen median että kirjoitetun median kautta. Yksi kanavista, joita seuran päivittäin, on muotiblogit. Tänä päivänä kyseisiä blogeja löytyy Suomesta tuhansia ja monet haluavat olla osa tätä alati yleistyvää ilmiötä. Itsekin muutaman vuoden blogia kirjoittaneena tiedän, mitä on kirjoittaa päiväkirjamaisesti omasta elämästään mediassa, jota kaikki seuraavat.

Idea käsitellä opinnäytetyössä bloggausta ja katumuotikuvausta lähti sivuaaineopinnoistani University of South Walesissa syksyllä 2013. Opiskelin muotimarkkinointia ja sitä kautta innostuin muotibisneksestä sekä markkinoinnista. Yksi suorittamistani kursseista käsitteli muotikuvausta sekä editorial- että street style -kuvausta. The Sartorialist -katumuotiosuudessa saimme neljä erilaista tehtävää, kukin erilaisella agendalla. Järjestimme sekä itse street style -henkisiä kuvauksia, jossa stailasimme mallit itse että kuvasimme valituissa kohteissa erilaisia ihmisiä sekä valittuja väestöryhmiä.

Tahdon opinnäytetyöllä kokea tämän saman Suomessa ja eritoten Tampereella. Paljasjalkaisena tamperelaisena koen suurta kiintymystä kotikaupunkiini ja sen värikkääseen, vaikkakin ajoittain piiloutuvaan kulttuuriin. Tampereella ei ole juurikaan kuvattu katumuotia, joten tämä on oiva tilaisuus tehdä siihen muutos.

Opinnäytetyöni käsittelee katumuotia, sen historiaa sekä bloggaamista ja sen vaatimaa omistautumista ja oman katumuotiblogin ylläpitämistä. Tutkin jo olemassa olevia katumuotiblogeja kerätäkseni informaatiota ja inspiraatiota kuvaustyyleistä, postaamisesta ja oman blogin ulkoasun toteuttamisesta. Opinnäytetyön käytännön osuutena toteutan tamperelaista katumuotia käsittelevän blogin, TREndin. Tutkimusmenetelmänäni tulee toimimaan katumuodin havainnointi sekä itse kuvaaminen. Blogiin kuvaan erilaisia mielenkiintoisia muotityylejä Tampereen keskustasta ja lähialueilta. Tahdon kuvata mahdollisimman monenlaisia tyyliä ja mahdollisimman monenikäisiä ja erilaisia ihmisiä, mahdollisimman avarakatseisesti ja puolueettomasti. Blogini kohderyhmää ovat suomalaiset katumuotia seuraavat nuoret ja nuoret aikuiset. Teen blogille hyvin graafisen ja yksinkertaisen ilmeen, jossa kuvat ovat keskiössä ja kuvatuista informaationa nimi ja valikoidusti myös lyhyt informaatio heidän yllään olevista asuista. Työn edetessä seuran blogilleni kertyvää julkisuutta ja kävijämääriä sekä lopuksi teen päätelmiä ja havainnoin Tampereen katumuotia. Opinnäytetyössä keskeisiä käsitteitä ovat katumuoti, muotiblogi ja postaaminen.

1.1 USW Fashion Promotion The Sartorial Project taustalla

Vietin syksyn 2013 Iso-Britanniassa Walesissa, missä opiskelin muoti-markkinointia University of South Walesissa. Suoritin yhteensä kolme kurssia, joista yksi käsitteli muotikuvausta. Tähän kurssiin kuului kaksi osiota, Objects of Desire sekä The Sartorial Project. Objects of Desire käsitteli editorial-kuvausta ja järjestimme kurssin puitteissa kahdet eri kuvaukset, joihin hankimme mallin ja etukäteen suunnittelimme toteutettavan ”lookin” sekä ilmeen. Tähän kuului mallin meikki, hiukset, vaatetus sekä taustatutkimus kuvauksissa haettavalle yleisilmeelle. Teimme kurssin aikana osittain yhteistyötä valokuvausopiskelijoiden kanssa, jotka oli värvätty mukaan kurssille. Kuvausten aikana kuitenkin ohjattiin ja opastettiin mallia ja kuvaajaa suunnitelmien mukaisesti (kuva 1).

Taustatyön tekemiseen ja inspiroitumiseen käytettiin Pinterestiä. Kyseinen sovellus on tällä hetkellä yksi suosituimmista sosiaalisen median kanavista, josta etsiä laadukkaita kuvia ja inspiraatiota mihin tahansa asiaan. Jokaisella kurssilla meitä ohjattiin käyttämään juuri tätä kyseistä sovellusta taustatutkimukseen sekä myös joidenkin kurssitöiden palautukseen.

The Sartorial Project –osiossa pääsin tutustumaan katumuotiin. Tässä osiossa tarkoituksena oli kuvata itse katumuotia Cardiffin kaduilla sekä järjestää itse katumuotikuvaukset. Ennen kuvauksia oli jälleen tehtävä laaja taustatyö jo olemassa olevista katumuotiblogeista ja kuvaajista löytääkseen oman tyylinsä kuvauksiin. Silmääni miellyttivät eniten blogit, joissa pääosassa olivat erittäin laadukkaat ja valoisat kuvat sekä yksinkertainen, vaalea ulkoasu. Tehtävämme vaihtelivat lokaatiokuvista ihmistyyppeihin. Kuvasimme ihmisiä, jotka vaikuttivat tyyliältään mielenkiintoisilta ja hie-man erikoisiltakin (kuva 2).

En ole juuri aikaisemmin kuvannut ihmisiä kadulla. Ajatus tuntui osin jopa pelottavalta, suomalainen tyttö kuvaamassa tuntemattomia vilkkaassa kaupungissa ja vielä eri kielellä. Mieli kuitenkin muuttui nopeasti, kun huomasin, kuinka hauskaa ja rohkaisevaa se loppujen lopuksi oli. Monet innostuivat kuvaamisesta sekä mielellään vastasivat myös muutamiin kysymyksiin.

Haastavinta kuvaamisessa on löytää oikeat sanat ihmistä lähestyttäessä. Liika puhe alussa pelottaa mahdolliset kuvattavat pois ja vastaavasti liian löyhä presenssi ei innosta ihmistä kuvaukseen. Pieni kehu tai kommentti kuvattavan tyylistä yleensä johtaa hyvään lopputulokseen.



Kuva 1. Esimerkkikuva Objects of Desire -projektin editorial-kuvauksista.



Kuva 2. Esimerkkikuva The Sartorial Project:n katumuotikuvauksista.

1.2 Palmroth Originalin look book taustalla

Lisäkokemusta muotikuvauksesta lähdin keräämään syksyllä 2014, kun vuorossa oli kuuden opintopisteen arvoinen työelämäprojekti, joka toteutettiin työelämälähtöisesti yhteistyöyritys tai asiakas itse hankkien. Minua kiinnosti heti lähteä etsimään yritystä, joka olisi itselle vielä suhteellisen tuntematon.

Palmroth Original on tamperelainen jalkinevalmistaja, joka pitää yllä historiallista Palmroth –henkeä valmistamalla laadukkaita nahkaisia naisten jalkineita. Sain tästä yrityksestä yhteistyökumppanin ja asiakkaan. Lähdin yrityksen kanssa suunnittelemaan projektin suuntaa ja mietin, mitä aikaisemmin hankittuja taitoja minulla on ja mitä jo osaan. Asiakkaiden toiveissa oli yrityksen ilmeen nuorentaminen ja markkinointiin liittyvät uudistukset. He antoivat minulle vapaat kädet ideointiin ja päätinkin toteuttaa jotain mitä olin jo aikaisemmin opiskelujeni aikana tehnyt, muotikuvausta.

Asiakkaan mallistosta on olemassa hyvät tuotekuvat, mutta niin sanotut ”fiiliskuvat” ja look book uusimmasta mallistosta puuttui täysin. Päätin ottaa asian käsittelyyn ja lopulta päätimmekin toteuttaa projektina look bookin minun kuvaamanani.

Look book kuvattiin ”street style”-henkisesti ja vilkkaan kaupungin ympäröimänä. Halusin kuviin laadukkaita kuvia tarkoin yksityiskohdin ja mahdollisimman neutraalin ympäristön. Asiakkaan toiveesta look bookin piti henkiä historiallista Palmrothia, mutta samalla tuoda mallisto esiin nuorekkaalla tavalla. Valitsin mallikseni ystäväni ja kuvauksissa minulla oli apuna assistentti, jonka kanssa myös suunnittelimme stailauksen ja asukonaisuudet. Kuvasimme Tampereella Finlaysonin tehdasalueella sekä Armonkalliolla. Loppueditoinnin ja muokkauksen hoidin myös itse asiakkaan toiveiden mukaisesti.

Look bookista tuli raikas ja juuri sopivan nuorekas, mitä asiakkaat toivoivat. Olin itsekkin lopputulokseen erittäin tyytyväinen ja nautin suuresti heidän kanssaan työskentelystä ja itse kuvaamisesta (kuvat 3 ja 4).



Kuva 3. Esimerkkikuva Palmroth look bookista.



Kuva 4. Esimerkkikuva Palmroth look bookista.

1.3 Aiheen rajausta ja tavoitteet

Opinnäytetyön käytännön osuudessa keskityn perustamani katumuotiblogin sisällön päivittämiseen ja tarkoin määritellyn postaustiheyden ylläpitämiseen. Postaus määrittelee paljolti blogille kertyvää julkisuutta ja kävijämääriä. Tausta-aineistoksi hankin inspiraatiota ja tutkin jo olemassa olevia katumuotiblogeja oman blogini tueksi. Tarkastelen katumuotiblogeja ympäri maailmaa, kuitenkin niillä rajauksilla, jotka ovat minulle jotenkin entuudestaan tuttuja ja joista uskon olevan hyötyä työssäni. Havainnoin blogeista yleistä kuvaustyyliä, kuvattujen tyyliä, kuvien rajausta sekä kaupunkikuvan käyttöä kuvissa.

Työtäni määrittelee myös paljon kuvaamani materiaali ja siitä saadut tulokset. En aio rajata kuvattavia ihmisiä mihinkään tiettyyn kohderyhmään ja koen tarpeelliseksi kuvata kaikkia, jotka vähääkään kiinnostavat tyyllisesti ja kenen tyyliin blogini lukijat saattaisivat helposti samaistua. Onko katumuoti kuitenkin rajaamista omaan tiettyyn kohderyhmään kun jokaisella kuvaajalla on omat syynsä ja intressinsä kuvata tiettyä ihmisryhmittymää tai tiettyntyyllisiä ihmisiä?

Aion kuvata viikoittain ja ennalta valituissa kohteissa. Kaikki kohteet sijoittuvat Tampereen kaupunkialueelle ja lähiseudulle sekä kaupunginosiin, joista saan haluamaani kuvamateriaalia. Näitä ovat mm. ydinkeskusta, Kaleva, Tampella, Tammela, Amuri, Pyynikki sekä Pispala. Nämä kaupunginosat ovat minulle ennalta tuttuja, joten minun on helppo suunnitella kuvaus. Laadukkaisiin kuviin vaikuttavat vahvasti myös sääolosuhteet. Mitä valoisampi ilma, sitä vähemmän on jälkieditoitavaa. Tätä en lopputulokseksi tule juurikaan tekemään, katumuotikuvauksessa pääpainona juuri onkin kuvien tuore ilme ja aitous. Jälkieditointi rajautuu pääasiassa kirkkauden sekä tarkkuuden säätelyyn.

Teen opinnäytetyössä myös selvitystä näkyvyydestä ja blogin keräämästä julkisuudesta. Vaikka blogi on sosiaalisen median väline, en kuitenkaan käsittele työssä muita sosiaalisen median kanavia, sillä keskitän sisällön ainoastaan blogiin. Tänä päivänä bloginpitäjät päivittävät ahkerasti samaan aikaan myös kuvapalvelu Instagramia ja aion myös itse laajentaa blogin sisältöä myöhemmin kyseiseen palveluun.

Päätavoitteena toteutettavalla opinnäytetyöllä on havainnoida ja analysoida tamperelaista katumuotia sekä selvittää, mitä vaatii oman katumuotiblogin pitäminen kaupungissa, jossa ei suoranaisesti ole omaleimaista muotikulttuuria, mutta kuitenkin jatkuvaa kasvua kulttuurillisen tunnetavuuden suhteen. Toivon katumuotiblogin avulla saavani ihmiset tietoiseksi Tampereesta kaupunkina ja luoda jotain uutta kaupunkiin, jossa ei juurikaan mielletä muotia osaksi katukuvaa.

Toivon pystyväni luomaan blogille omaleimaisen ulkoasun sekä kuvaustyylin. Vaikkakin olen valokuvausta opiskellut, en kuitenkaan koe olevani samalla tasolla sitä ammatikseen tekevien kanssa ja toivon, että pystyn toteuttamaan katumuotiblogini mahdollisimman laadukkaana.

1.4 Kysymyksenasettelu ja tiedonhankinta

Opinnäytetyössä tulen vastaamaan kahteen pääkysymykseen sekä neljään alakysymykseen. Vastauksia näihin kysymyksiin haen tutkimalla jo olemassa olevia muotiblogeja, itse kuvaamalla ja havainnoimalla sekä tutkimalla nettijulkaisuja. Aion myös hankkia kaksi haastattelua, joista toisen Hellolooks-katumuotiblogin Liisa Jokiselta ja Sampo Karjalaiselta ja toisen tamperelaiselta muotibloggaajalta. Haastatteluilla selvitän haastateltavien näkemyksiä oman, jo jonkin verran julkisuutta keränneen blogin, ylläpitämisestä sekä mitä oman blogin ylläpitäminen vaatii.

Etsin vastausta kahteen pääkysymykseen :

- Minkälainen on tamperelainen katumuotiblogi?
- Mitä katumuotiblogin pitäminen vaatii?

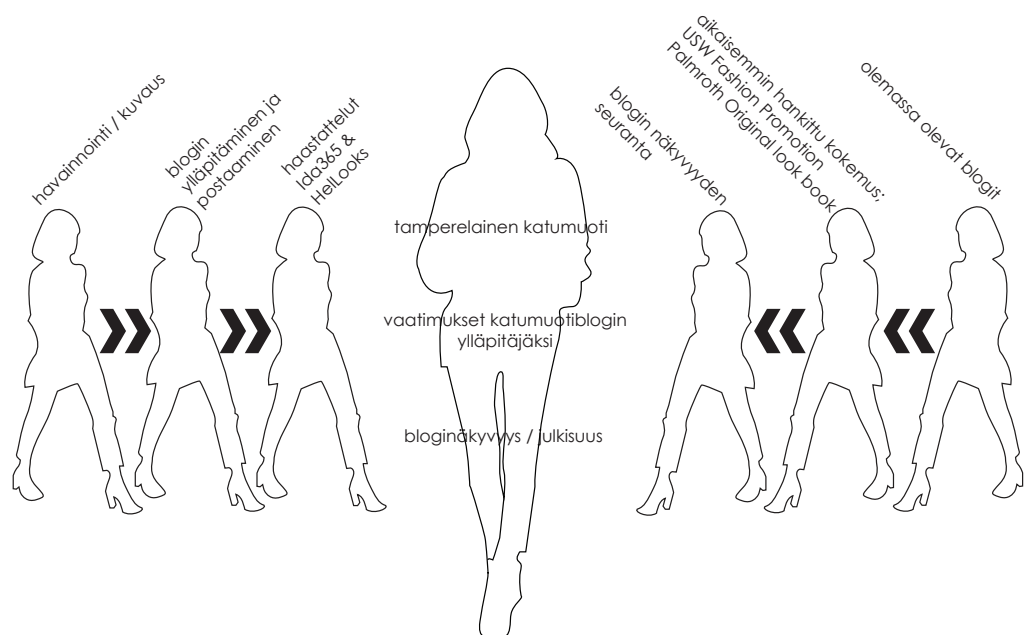
Näitä tukevinä alakysymyksinä kysyn :

- Miltä katumuotiblogit näyttävät?
- Mitä katumuotibloggaaminen on?
- Millainen prosessi blogin perustaminen on?
- Kuinka paljon blogi voi kerätä näkyvyyttä?

Käytän työssä tiedonhankintaan sekä julkaistua kirjallisuutta katumuodin historian tutkimisessa että uusimpia internet-julkaisuja. Internetjulkaisuista hyödynnän jo tehtyjä tutkimuksia, muoti- ja katumuotiblogien sisältöjä sekä artikkeleita ja kolumneja. Aihealuetta hyödyttävän tutkimus on varmasti Elina Nopparin ja Mikko Hautakankaan Tampereen yliopistossa tekemä tutkimus ”Kovaa työtä olla minä – muotibloggaajat mediamarkkinoilla”. Tutkimuksessa tarkastellaan muotiblogeja ilmiöinä sekä muotiblogeja osana mediateollisuutta ja -kulttuuria sekä haastatellaan kahtakymmentä suomalaista muotibloggaajaa heidän kokemuksistaan. Opinnäytetyön tärkein informaatio tulee kuitenkin katumuotiblogin sisällöstä ja kuvista.

1.5 Viitekehys

Opinnäytetyön viitekehys (kuva 5) kuvaa yksinkertaisesti ja aiheeseen sopivasti työni kulkua ja olennaisia osuuksia opinnäytetyön kulusta. Olen jakanut viitekehyksen kahteen osuuteen: käytäntöön ja tautatyöhön. Viitekehys kulkee molemmilta sivuilta päätyen lopputulemaan keskelle.



Kuva 5. Viitekehys

1.6 Keskeiset käsitteet

Blogit ja varsinkaan katumuotiblogit eivät ole olleet niin sanotusti pinnalla vielä tarpeeksi kauaa, että ne olisivat jokaiselle vielä arkipäiväisiä sanoja. Koska käsittelen näinkin tuoretta aihepiiriä, opinnäytetyössä on selvennetävä näitä tuoreita sanoja.

”Blogi” luonnehditaan useissa yhteyksissä nettipäiväkirjaksi, jossa kirjoittaja tai useat kirjoittajat saavat päiväkirjan omaisesti kirjoittaa internet-sivuille, jotka he ovat luoneet joko itse tai valmiiseen pohjaan, jota usein ylläpitää jokin suurempi yhteisö tai niin sanottu blogipohja. Tällaisia ovat mm. Trendi-lehden alla toimiva blogipohja Lily.fi, Indiedays, Googlen luoma Blogger sekä Wordpress. Kaikki nämä on luotu blogin kirjoittamista varten, mutta kaikissa ei ole valmiina maksettua mainontaa, kuten esimerkiksi itse käyttämässäni Lily.fi:ssä. Maksullinen mainonta tarkoittaa tässä tapauksessa siis yritysten ja tuotteiden mainoksia esimerkiksi blogin ylä- ja alisivuilla.

Blogissa pystyy julkaisemaan lähestulkoon mitä tahansa sisältöä. Tähän asti bloggaaminen on ollut lähinnä tekstiä ja kuvia, mutta yhä useammin myös niin sanotut vlogit ovat vallanneet alaa. Vlogi on blogi, mutta videomuodossa tapahtuvaa bloggaamista. ”Vloggaaminen” onkin pelastus niille, jotka haluavat blogata, mutta kokevat kirjoittamisen tai valokuvauksen liian haastavaksi.

Syvennyn työssä myös muotiblogeihin. Muotiblogi on blogityppi, jossa blogin sisältö koostuu pääasiassa muotiin liittyvistä asioista, kuten bloggaajan uusista vaate- tai asustehankinnoista, muotinäytöksistä, suunnittelijoiden uusien mallistojen esittelyistä, yhteistyökampanjoista erilaisten muodin alan yritysten kanssa sekä postauksista, joissa esitellään bloggaajan omaa tyyliä.

Opinnäytetyössä tulee esiintymään monessa otteessa myös sana postaaminen. Postaaminen (engl. post) tarkoittaa blogipäivityksen tekemistä ja sen julkaisemista ja postaus uusinta blogikirjoitusta tai –päivitystä. Postaustiheys riippuu aina kirjoittajasta ja blogin lukijamäärästä. Tuhansia lukijoita omaavat blogit saattavat päivittyä kaksikin kertaa päivässä. Luetuimmat blogit päivittyvät yleensä seitsemänä päivänä viikossa

Katumuoti (engl. street style) tarkoittaa sanamukaisesti muotia kadulta. Katumuoti on noussut yhdeksi suosituimmista muodin ilmentymistä ja jopa suuret muotitalot hakevat inspiraatiota kadulta. Katumuodista on tullut niin suosittua, että siitä kannattaa blogata. Monet suuren luokan katumuotibloggaajat ja valokuvaajat kiertävät ympäri maailmaa etsimässä mielenkiintoisia tyyliä.

Kun käsitellään katumuotia, siihen liittyvät vahvasti myös erilaiset alakulttuurit ja genret. Alakulttuurina puhutellaan ihmisjoukkoa, jolla on pääkulttuurista ja valtavirrasta poikkeava pukeutumistyyli, ajattelutapa, uskonto tai vaikka musiikkimaku (Tietopankki.gootti.net, n.d).

2 MUOTIBLOGIT JA BLOGGAAMINEN

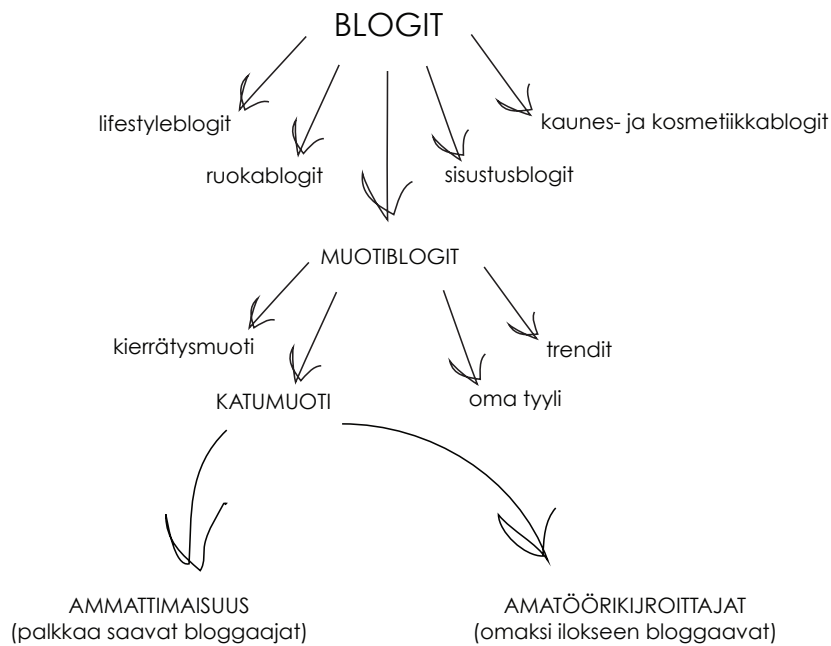
Viime vuosina pääosin nuorten naisten pitämistä, henkilökohtaisista muoti- ja tyyliblogeista on tullut merkittävä osa muotimaailman suuntaa sekä suoraan naisille suunnattua mediakulttuuria. Päiväkirjamaiset ja yhteisölliset tekstit ovat yhä vahvemmin osana mediatuotannon ja markkinoinnin ammatillisia käytäntöjä. Mitä erikoisemmat yhteistyötarjoukset mediatoimijoilta sekä erilaisilta yrityksiltä ovat suosituimpien bloggaajien arkipäivää. Muotiblogit houkuttelevat suuria yleisöjä sekä samalla tasapainoilevat näin sosiaalisen ja ”perinteisen” median harrastuksen ja ammattimaisuuden sekä yksityisen ja julkisen rajamaastossa (Noppari & Hautakangas 2012.) Tamperelainen pitkänlinjan bloggaaja Ida Hanhiniemi (365 Days with Ida) sanoo yksityisyyden rajanvedon tulevan selkärangasta; hän ei yleensä joudu miettimään, mikä on liian henkilökohtaista blogiin.

Ida Hanhiniemi kokee yhteistyökampanjat mahdollisuutena. Se tuo mukavaa vaihtelua omaan blogisisältöön sekä haastetta omaan sisällöntuottamiseen. Tällä hetkellä Ida kirjoittaa blogiaan omillaan, ilman portaalia, ja sanoo nyt pystyvänsä paremmin vaikuttamaan blogissa pyörivien mainosten sisältöön. Hän kokee, että yhteistyökampanjat ovat bloggaajille positiivista mainosta sillä oma uskottavuus kasvaa. Kaikesta pystyy myöskin aina kieltäytymään. ”Viikoittain tulee useampi yhteydenotto, eli jos blogissa on kuukaudessa esimerkiksi 1-6 yhteistyötä, päättyy ehdotuksista todella harva blogiin.” Bloggaaja valitsee yhteistyöyritykset oman arvomaailmansa ja kiinnostuksensa mukaan.

Muotiblogaamisesta on Suomessa kasvanut koko muotialaa ja mediaa kiinnostavaa liiketoimintaa (Noppari & Hautakangas 2012). Päivän asuja, viikkoja kuvakollaasina, inspiraatiota, mitä löytyy meikkipussin sisältä. Nämä ovat aihealueita, joista blogataan ja jotka kiinnostavat.

Bloggaaminen on äärimmäisen suosittua tänä päivänä ja sitä voi tehdä kuka tahansa amatöörikirjoittaja ja hyvinkin kotikutoisesti. Suurin osa bloggaajista on edelleen nuoria harrastelijoita, jotka kirjoittavat pääasiassa ystävistä koostuville pienille yleisöille. Bloggaajia, jotka kuitenkin ovat keränneet itselleen tuhansien seuraajien joukon, voisi sanoa sosiaalisen median suuriksi vaikuttajahahmoiksi. Eri medioissa esiintyminen on tuonut osalle bloggaajista niin suurta julkisuutta, että heidät tunnistetaan kadulla. Ilta-Sanomien ylläpitämän Blogilista.fi luetuimpien blogien top 25:een ei tällä hetkellä mahdu juuri muita kuin noin 20 - 30-vuotiaiden, nuorten naisten henkilökohtaisia blogeja. Julkisuus ei kuitenkaan tule helposti. Itsensä pinnalla pitäminen ja mainostaminen on tärkeää blogin ylläpitämisen kannalta.

Moni bloggaaja mieltää bloginsa muotiblogiksi, vaikkakin niiden sisällöt koostuvatkin vaihtelevista aiheista ja tapahtumista. Moni bloggaaja kookekin oman blogin rajauksen tiettyyn kategoriaan haastavaksi. Muotiblogeissa pääosaa näyttelee edelleen tietenkin muoti, joka usein näkyy blogeissa asukuvina, vaatemerkkien uusien kampanjoiden mainoksina, tai maksettuna markkinointina erilaisten yritysten kanssa (kuvat 6-8).



Kuva 6. Kaavakuva blogikategorioinnista. Blogit on jaettu suurimpiin ja suosituimpiin kategorioihin sekä muotiblogit suurimpiin alakategorioihin.

Muotiblogien kategoriointi eri alaryhmiin on äärimmäisen haastavaa. Monien muotiblogien sisällöt vaihtelevat hyvinkin paljon ja harva bloggaaja kulkee vain yhteen tiettyyn suuntaan. Monissa blogeissa kuitenkin on nähtävillä eri piirteitä, jotka säilyttävät muodin pääkategoriana, esimerkkeinä asukuvat ja oma tyyli sekä trendien seuraaminen. Oheisessa kaavakuvassa jako on tehty suurimpien blogikategorioiden mukaan sekä niiden alla esiintyvien alakategorioiden mukaan. Ero muotiblogin ja katumuotiblogin välillä syntyy esimerkiksi erilaisesta lukija- ja yleisösuhteesta; muotibloggaajilla on läheinen suhde lukijoihin ja tämä näkyy yleensä lukijoiden mielipiteiden kysymisenä sekä perinteisten muotiblogien kommenttiboksiin täyttymisenä. Katumuotiblogit eivät ole yhtä henkilökohtaisia eikä niissä oteta kontaktia yleisöön. Muotibloggaamiseen saattaa liittyä usein työnkaltaista velvoitteen tuntua läheisen yleisösuhteen myötä (Noppari & Hautakangas, 2012).



Näissä kuvissa näkyy vain pieni vilahdus kokonaisuudesta, mutta siis aivan mieletön mallisto. Mahtavaa Katri! Kehut on Katrin lisäksi annettava myös mallistokuvien taustatiimille, joka vilisee ihania tuttuja tyyppejä. Hienoa työtä! :) Mitäs muut tykkäätte? Ihastuitteko yhtä kovasti kuin minä?

Kuva 7. Pupulandia-blogin Jenni Rotonen esitteli 25. helmikuuta blogissaan Katri Niskasen A/W 15-mallistoa (Pupulandia).

5 inch and up

MONDAY, 9 MARCH 2015

Snake steps



Kuva 8. 5 inch and up-blogin Sandra Hagelstamin asukuvat ovat erittäin laadukkaita ja ammattivalokuvaajan kuvaamia (5 Inch and Up).

Muotiblogeissa kirjoittaja esiintyy yleensä itse mallina kuvissa. Usein kuvaajina toimivat bloggareiden ystävät, poikaystävät tai jopa ammattivalokuvaajat, kuten Sandra Hagelstamin (5 inch and up) tapauksessa. Kuvia postataan yleensä kerrallaan noin neljästä seitsemään kerralla. Mitä yksi-

tyiskohtaisempia kuvia ja laajempi katsaus asukokonaisuuteen luodaan, sen parempi (kuvat 9 ja 10).



Kuva 9. Annaliina Heiskasen blogi on hyvä esimerkki alan ammattilaisen muotiblogista. Hän opiskelee Lontoossa ja pitää bloginsa täysin ammattimaisena (Annaliina).



Kuva 10. Taustat ja kuvauskohteet näyttelevät tärkeää osaa muotiblogien asukuvissa. Heiskanen valitsee usein blogin kuviin neutraalin kaupunkimaisen (Annaliina).

Hautakangas ja Noppari luonnehtivat muotiblogi -kategoriointia varsin kapea-alaiseksi. Sisällöllisesti nämä blogit tarjoavat paljon enemmän kuin pelkkää muotia. Musiikki, harrastukset, koulutus, parisuhde, lemmikit, oma koti. Bloggaajat päästävät lukijan lähelle omaa henkilökohtaista elämänsä ja tämän myötä termi lifestyle -blogi on levinnyt yhä useamman käyttöön. Useilla bloggaajilla, jotka kutsuvat omaa blogiaan yksinomaan

muotiblogiksi on yleensä aikomuksia muotiteollisuuden pariin tai he ovat jo alan ammattilaisia.

Erilaista sisältöä tuottaville amatöörikirjoittajille verkko toimii alustana esitellä omaa osaamistaan, pätevyyttään ja asiantuntemustaan. Sen kautta luodaan kontakteja sekä osallistutaan kiinnostaviin yhteisöihin. Blogeilla hankitaan mainetta ja tunnustusta sekä seuraajia. Blogit toimivat siis myös omien ammattipyrkimysten edistämisessä. (Noppi & Hautakangas 2012, 14.)

Bloggaaja Ida Hanhiniemi (365 Days with Ida) luonnehtii bloggaamista kuin elämäntavaksi ja nauttii erityisesti inspiraation jakamisesta, keskustelun käymisestä ja muiden innostamisesta. ”On mukavaa kun jostain herää keskustelua.” Uuden tiedon etsiminen ajankohtaisista asioista, luonnonkosmetiikasta, musiikista ja ilmiöistä ovat syitä miksi Ida blogga. Myös itsensä haastaminen valokuvauksen, kuvankäsittelyn, taiton ja kirjoittamisen suhteen innostavat tekemään.

3 KATUMUOTIBLOGIT

Luvussa kuvaan tämän päivän katumuotiblogeja, katumuodin historiaa sekä vertailen jo olemassa olevien blogien sisältöjä ja ulkoasua, inspiroitakseni ja löytääkseni juuri oikean tyylin TREnd-blogille. Olen valinnut lisaamani blogit oman kiinnostukseni ja opinnäytetyön kannalta hyödyllisyyden mukaan.

3.1 Mitä on katumuoti?

Katumuotikuvaus antaa kaupungin tarjota välittömyyttä ja realismia verrattuna studio- ja editoriaalkuvien unelmiin ja fantasioihin. Se ei kuvaa haluttavaa glamouria, vaan helpommin lähestyttävää kokemusta muodista arkipäiväisessä kontekstissa. Katumuotikuvauksen realismisuus voidaan käsitellä muodin demokratiana, jossa tavalliset urbaanit ihmiset haastavat suunnittelijoiden ja stylistien kuvitteellisen ja hienostuneen näkemyksen muodista. (Jess Berry 2010.)

Katumuoti on kattava teema muotia, jossa kaikki on sallittua. Katumuoti on sitä kaikkea, mitä kukin haluaa sen itse olevan. Ihmiset ovat aina halunneet viestiä jotain itsestään pukeutumisellaan. Kehoa käytetään eri tavoin ilmaisemaan se, mikä on tällä hetkellä tärkeää. Se voi olla kalliita design-tuotteita, alennusmyynneistä löydetty villapaita tai mekko, joka herättää käyttäjässä muistoja. Vaatteet ovat muotia, mutta tyyli on se mitä vaatteillaan tekee. ”Me kaikki olemme valkoisia kankaita ja maalaamme itsemme aamulla. Välillä olemme surrealistisia, välillä moderneja, riippuu päivästä.” (Patrick McDonald, 2010.)

Katumuoti (street style) on kadulla syntyvää muotia, johon säännökset eivät päde. Katumuoti on äärimmäisen välitön ja koukuttava puoli muodista, joka on tullut pitkän matkan sieltä, missä muotia tehdään ja kulutetaan

(Connie Wang, Refinery29, 2012). Katumuoti juhlistaa ja puhuu individualismin puolesta.

Aikaisemmin katumuodin merkitys oli lähinnä kuvata erilaisia alakulttuureita; punkkareita, gootteja, rokkareita, hiphoppareita. Tänä päivänä alakulttuurien merkitys ei ole enää näin voimakas ja omaan tyyliin otetaan vaikutteita monista eri alueista. Silti monet erilaiset alakulttuureille ominaiset piirteet esiintyvät ihmisten pukeutumisessa. Sosiaalisen median luoma paine on johtanut jopa äärimmäiseen individualismin ja siksikin erilaiset ”massatyylit” ovat hävinneet.

Katumuodissa viehättää yleensä sen ”puhtaus”, totuudenmukaisuus ja välitön vaikutus ilman kuvanmuokkausta tai ammattimalleja. Alan kuitenkin yhä laajetessa katumuotikuvauksesta on tullut niinkin suuri ilmiö, jolla voi ansaita elantonsa. Monet katumuotivalokuvaajat kuvaavat omaan blogiinsa sekä tekevät töitä suurille muotilehdille ja yhteisöille, kuten Harper’s Bazaar tai Vogue. Suurten muotinäytösten yhteydessä kuvataan julkisuuden henkilöitä ja tyylikkäästi pukeutuvia, kadulla, show:n ulkopuolella (kuvat 11 ja 12).



Kuva 11 ja 12. Christine Centenera (oik.) sekä laulaja Kanye West vaimoineen Pariisin muotiviikoilla 2015 (Harper’s Bazaar The Street Clique).

3.2 Katumuodin ja katumuotiblogien historiaa

Puhuttaessa katumuodin historiasta se voidaan usein käsittää erilaisten tyyliyhymien historiana. Yli 70 vuotta sitten muoti ja kulttuuri miellettiin ainoastaan ylemmän luokan ja rikkaiden monopoliksi (kuva 13). Vain tietyn luokan edustajilla oli varaa ”muodikkaisiin” vaatteisiin ja asusteisiin. Tuolloin nuorten pukeutumisessa vaihtoehdot olivat hyvin rajalliset. Vasta 70-luvulla tapahtui murros, jolloin muodin saralla vaihtoehtoistuminen kasvoi; nuoret saivat poiketa vanhemmistaan ja ekonomisesta taustastaan (kuva 14). Tämä oli kaiki punkin ansioita, joka lähti vallalle tuohon ai-

kaan Iso-Britanniassa. Eri tyyliyhdykset purkivat pahaa oloaan ja tyytymättömyyttään pukeutumisen kautta.

80-luvulla eri alakulttuurit kuten rokkarit, punkkarit ja hipit alkoivat saada omia alaluokkia ja 90-luvulle tultaessa myös näillä oli omat yhdistelmänsä ja vivahteensa (Polhemus 1994). Katumuodissa käytetyt vaatteet huokuvat voimaa tuomillaan assosiaatioilla. Sukupolvet käyttävät kehoaan viestiäkseen itsestään. Läpi historian se viesti on ollut joko ”olen rikas” tai ”olen merkittävä”. Tänä päivänä yhä useampi haluaa viestiä ulkomuodolleen ”olen autenttinen”. (Polhemus 1994.)



Kuvat 13 ja 14. Vasemmalla nainen Balenciaga takissa ja mekossa 1955 sekä oikealla tuntematon nainen Lontoossa 1970-luvulla (Harper's Bazaar).

Ensimmäisenä katumuodin kuvaajana pidetään Yhdysvaltalaisesta Bill Cunninghamia, joka on vuodesta 1978 lähtien toiminut itsenäisenä street style -kuvaajana ja napannut ennakkoluulottomasti kuvia tyyleistä New York Timesille. Hänen street style -kolumninsa ”On the Street” on julkaissut kuvia New Yorkin kaduilta pian liki kaksi vuosikymmentä (kuvat 15 ja 16).

Cunningham tunnetaan ympäri maailmaa välittömistä ja aidoista kuvistaan. Omasta mielestään hän ei oikeastaan edes osaa kuvata kovin hyvin, mutta hän rakastaa tutkia ja katsella ihmisiä ympärillään. Cunningham nousee pyöränsä selkään päivittäin ja kulkee ympäri New Yorkin katuja, etsien tyylejä. Vogue-lehden päätoimittaja Anna Wintour kuvailee Cunninghamia erittäin sinnikkääksi, hän tekee mitä vain kuvan hyväksi. Ensimmäisen, vaatimattoman kameransa hän sai valokuvaaja David Montgomeryltä.



Kuva 15. Bill Cunningham työssään (Pinterest).

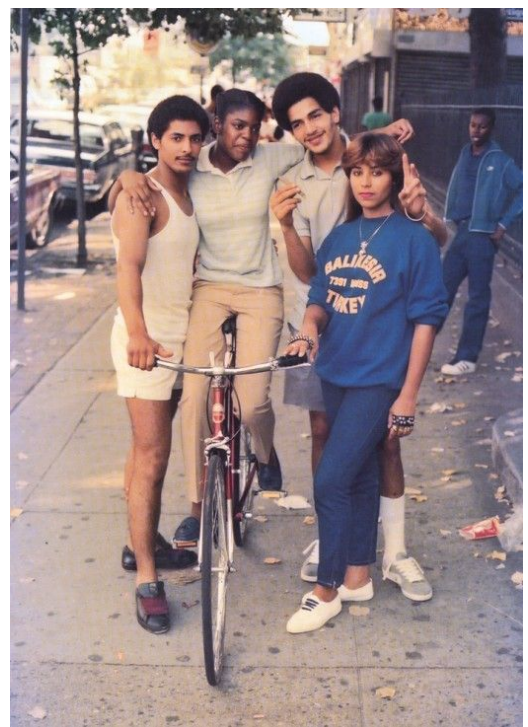


Kuva 16. Ote On the Street -kolumnin sivusta (Pinterest).

”Vogue ja Harper’s Bazaar tekivät samaa, mutta he kuvasivat vain nimekkäitä ihmisiä seurapiiritapahtumissa. Women’s Wear on kuvannut seuraapiirejä ja julkisuuden henkilöitä jo monia vuosia. Minä eroan tästä sillä, etten näe ihmisiä kuvissa. Ainoa mitä näen ovat vaatteet. Olen ainoastaan kiinnostunut ihmisistä, jotka näyttävät hyvältä. Etsin ”helmiä”. Suurinta osaa kuvistani ei koskaan julkaista. Kuvaan vain sitä, minkä koen tärkeäksi” (Bill Cunningham 2002). Cunninghamille kaikki ihmiset ovat samanarvoisia.

Cunningham kertoo toimivansa lähes näkymättömästi ja mahdollisimman hillitysti. Näin kuvista saa mahdollisimman aitoja. Monikaan muu ammattikuvaaja ei pystyisi samaan kuin hän; seisomaan tunteja kadulla, vain odottaen, että joku kiinnostava ihminen tulee esiin. Cunningham kuvailee muotia elintärkeäksi ja mielenkiintoisemmaksi kuin koskaan. Se heijastaa aikaamme. ”Muoti on suojakilpi jokapäiväisestä todellisuudesta selviytymiseen” (Bill Cunningham, New York –dokumentti, https://www.youtube.com/watch?v=2bD_ee4rGIQ).

Cunninghamin lisäksi merkittävä kuvaaja, joka on ikuistanut värikästä kaupunkielämää sekä tuonut eri heimojen ja ihmisryhmittymien tyyliä ihmisten tietoisuuteen on yhdysvaltalainen Jamel Shabazz. Hän on dokumentoinut urbaania elämää yli 30 vuoden ajan. Shabazz on saanut tunnustusta myös lukuisten kirjojen sekä näyttelyiden kautta ja hän on toiminut eri rotujen samanarvoisuuden puolestapuhujana kuviensa kautta (kuvat 17 ja 18).



Kuvat 17 ja 18. Jamel Shabazz:n tuotantoa (Pinterest).

3.3 Katumuotiblogit esittelyssä

Kappaleessa esittelen katumuotiblogit, jotka ovat minulle entuudestaan tuttuja ja joiden koen hyödyttävän työstäessäni blogia ja inspiroituessani erilaisista kuvaustyyleistä. Näitä blogeja olen seurannut vuosia, ja ne miellyttävät silmää niin ulkoasuiltaan kuin kuvamateriaaleiltaan.

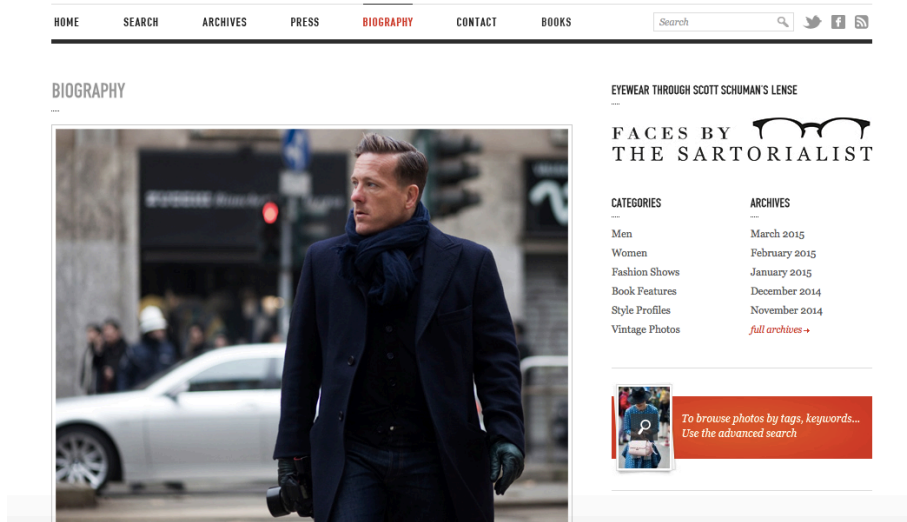
3.3.1 The Sartorialist

Yhdysvaltalainen valokuvaaja Scott Schuman on merkittävä osa muodin historiaa. Hän aloitti uransa pitämällä omaa showroomia New Yorkissa, ja lopetettuaan alkoi ylläpitää vuonna 2005 blogia, joka käsitteli pääasiassa miestenvaatteita ja muotia. Hän kuvasi miehiä kaupungilla ja alkoi kerätä julkisuutta. Blogin kasvaessa, hän alkoi kuvata sekä miehiä että naisia paikoissa, joissa hän tiesi tyylikkaiden ihmisten kulkevan (kuvat 19-21).

Schuman sanoo kiinnostuneensa muodista keskikoulussa kiinnittääkseen tyttöjen huomion, lisäksi hän on opiskellut valokuvaamista. Sartorialist kuvaa noin neljästä viiteen tuntia päivässä ja kutsuu valokuvaamista ihasutumiseksi, ja itsensä antautumiseksi kadulle ja kuville. (Intel Visual Life 2011.)

Tänä päivänä Schumanin The Sartorialist on kaikkien tuntema street style – blogi. Ihmiset hakevat jatkuvasti inspiraatiota blogista, jossa esiintyy aitoja, tyylikkaita ihmisiä. Hänen töitään on esiintynyt mm. Ranskan ja Italian Vogueissa sekä yhteistyökampanjat mm. Gapin, DKNY:n ja Burberryn kanssa ovat tuoneet valokuvaajalle lisää uskottavuutta. Schuman on koonnut töistään myös kokoelman, jota on tähän mennessä myyty jo 100 000 kappaletta ympäri maailmaa. Signature9-sivuston tekemän top 15 vaikutusvaltaisimpien muotiblogien listauksen kärjessä on vuoden 2014 syksyläkin ollut The Sartorialist.

THE SARTORIALIST



Kuva 19. Näyttökuvaa The Sartorialist- blogista (The Sartorialist).



Kuva 20. The Sartorialistin kuvaa ihmisiä arjen askareissa (Pinterest).



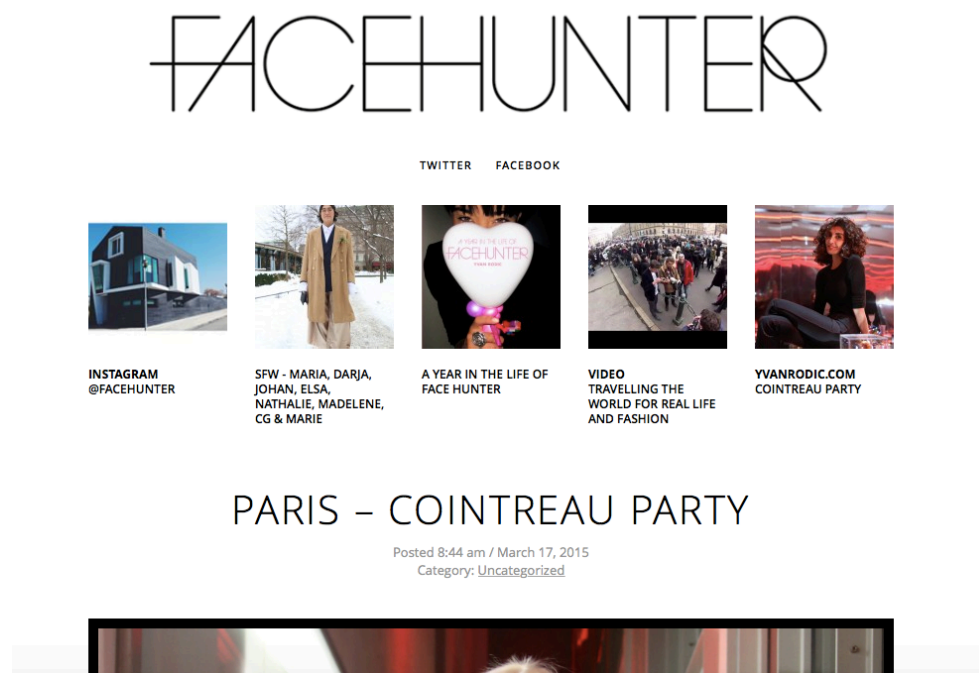
Kuva 21. The Sartorialistin tuotantoa (Pinterest).

Schumanin kuvaustyyli on hyvin potrettimainen ja kuvat ovat äärimmäisen laadukkaita. Hän kuvaa ihmisiä, ei pelkkiä tyylejä. ”En mieti, onko ihminen tarpeeksi tyylikäs vai ei” (Schuman 2011).

3.3.2 Face Hunter

Itävaltalastaustainen Yvan Rodic opiskeli viestintää ja työskenteli eri lehdistä ennen ryhtymistään valokuvaajaksi. Rodicin sanotaan olevan synnynäinen trendien löytäjä ja omaavan lahjoja valokuvaukselle, mikä johti vuonna 2006 oman katumuotiblogin aloittamiseen (kuva 22).

The Sartorialistin rinnalla Face Hunter on tämän päivän seuratuimpia katumuotiblogeja. Hänen blogillaan on kuukaudessa miljoonia lukijoita, ja siksi häntä pidetäänkin yhtenä aikakautemme vaikutusvaltaisimmista katumuotikuvaajista. Schumanin tavoin hän on kuvannut suurille muotitaloille, yrityksille ja nettisivuille. Näistä viimeisimpinä mm. Lacoste, American Apparel, Nokia ja Motorola. Hän myös luennoi yliopistoissa ympäri maailman.



Kuva 22. Näyttökuva Facehunter –blogista (Facehunter).

Face Hunter tunnetaan liikkuvuudestaan ja kuvausretkistään ympäri maailmaa. Monet katumuotikuvaajat keskittyvät niin sanottuihin muodikkaisiin kaupunkeihin kuten Pariisi, Lontoo, New York, Tokio ja Tukholma. Rodic pyrkii kuvaamaan trendejä ja ihmisiä globaalisti ja monipuolisesti (kuvat 23-26).



Kuva 23 ja 24. Pariisin muotiviikot (Facehunter).



Kuva 25. Armenia (Yvan Rodic).



Kuva 26. Armenia (Yvan Rodic).

Rodicin kuvat ovat leikkisiä ja värikkäitä. Hän kuvaa hyvin erikoisia tyynejä, eivätkä kuvat ole yhtä siloiteltuja kuin esimerkiksi Schumanin. Tästä hyvänä esimerkkinä kuvat 21 ja 22. Monissa otoksissa kuvattava ei ole keskellä kuvaa tai rajattu puolesta vartalosta. Kuvat 23 ja 24 edustavat hyvin Rodicin kuvaustyyliä ja blogin ohella kuvattavaa Visual Diary-osuutta. Tämä on intiimi ja niin sanottu päiväkirja kuvaajan matkoilta. Näissä kuvissa ihmiset esiintyvät jopa raa'an aidossa ja karussakin ympäristössä ja juuri tämä on se, mihin Rodic pyrkii, laajaan ja kirjavaan taltiointiin, joka on hänen intohimonsa.

3.3.3 Tommy Ton

Verrattuna kahteen aikaisemmin esiteltyyn katumuotikuvaajaan, kanadalainen Tommy Ton on erikoistunut ”muodin sisäpiirin” taltioimiseen sekä suurten gaalojen ja muotinäytösten kuvaamiseen (kuvat 27-29). Moni kuvaaja tekee tätä, mutta Ton on alan ekspertti.



Kuva 27. Näyttökuvaa Tommy Ton –blogista (Tommy Ton).



Kuva 28. Tommy Tonin tuotantoa Pariisin kevät Couture '15 –muotinäytöksen ulkopuolelta (Style.com).

Ton perusti vuonna 2006 Jak&Jill-katumuotiblogin, joka keräsi miljoonia vierailijoita kuukausittain. Hänet tunnetaan vaatimattomuudestaan ja työ-moraalistaan, eikä hän pidä itseään katumuodin esikuvana, vaikkakin tämä pitää paikkansa. ”Olen vain muoti-intoilija, joka ottaa kuvia” (Tommy Ton, 2013). Nykyään Ton pitää omaa blogiaan sekä kuvaa Style.com:lle sekä GQ -lehdelle ja kulkee ympäri maailmaa kuvaten muotinäytöksissä ja näyttösten ulkopuolella.



Kuva 29. Pariisin muotiviikot (Style.com).

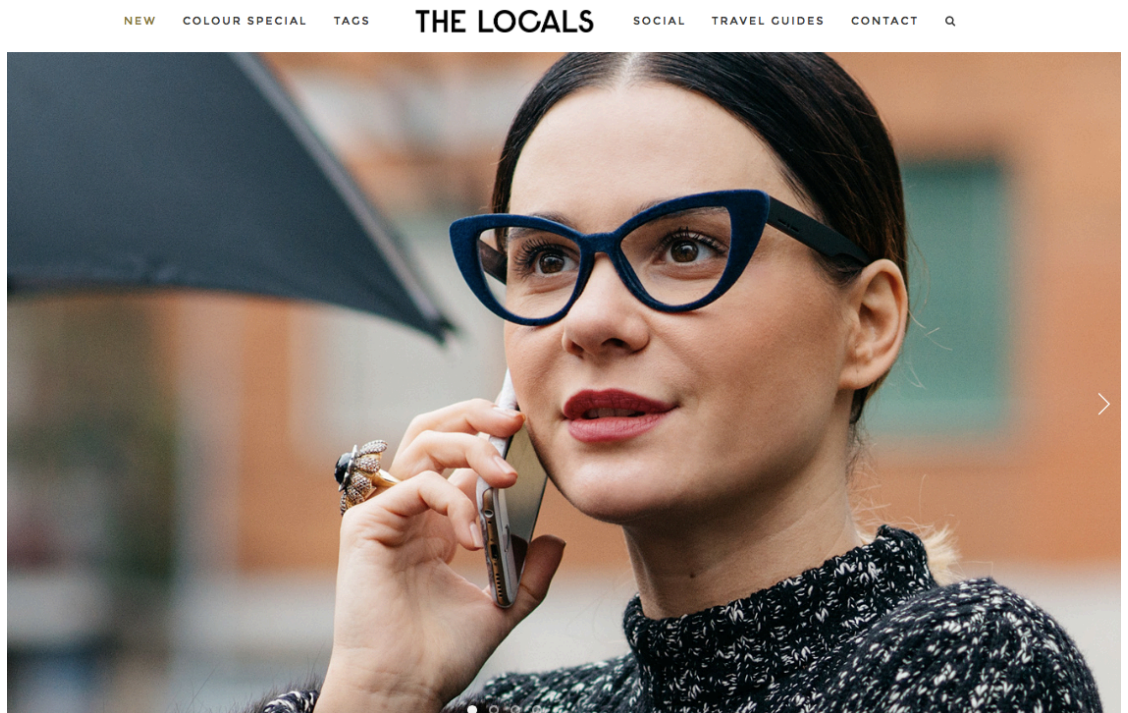
Oheisissa kuvissa näkyy hyvin Tonin kuvaustyyli. Hän kuvaa usein mielenkiintoisia yksityiskohtia ja kuvat ovat aina äärimmäisen tarkkoja. Hänen kuvansa ovat usein horisontaaleja, todella harvoin pystysuoria potretteja. Hän kuvaa selkeästi vain muotia, eikä niinkään ihmisiä kuten useimmat katumuotikuvaajat. Tommy Ton toivoo katsojan pystyvän samaistumaan kuvattuun tilanteeseen ja jopa aistimaan materiaalien tunnun kuvissa. Tonin kuvissa viehättää juuri liike, laatu sekä värikylläisyys.

3.3.4 The Locals

The Locals on katumuotiblogi, jonka perusti tanskalainen valokuvaaja Søren Jepsen vuonna 2007. Jepsen kuvaa kaupungeissa ympäri maailman ja kuvaa Tanskan Vogue:lle, Style.com:lle, Elle:lle, Coverille ja muille suurille muotilehdille. Hänet kutsutaan myös kuvaamaan suuria muotitapahtumia sekä muotiviikkoja (kuvat 30-31).

Jepsenin kuvat ovat äärimmäisen tarkkoja ja harmonisia. Kuvista huokuu skandinaavisuus ; graafiset linjat ja puhtaat värit. Kuvat ovat potrettimaisia ja ”puhtaita”. Monissa otoksissa tausta on huomioitu ja sen vaikutus kuvaan on tärkeä. Jepsen on ammattivalokuvaaja, mikä näkyy juuri taustan ja kuvattavan yhdistämisessä oikeanlaisesti.

Jepsen sanoo haluavansa yhdistää blogissaan kaksi maailmaa ; uniikin tyylin omaavat tavalliset ihmiset kadulla sekä hienostuneet, muodikkaat muotiviikkojen kävijät.



Kuva 30. Näyttökuva The Locals –blogista (The Locals).



Kuva 31. Camille Charrière, Kööpenhamina (The Locals).

3.3.5 Stockholm Street Style

Tukholmassa perustettu katumuotiblogi Stockholm Street Style on osa Carolines Mode – sivustoa, jolla esitellään kattavasti katumuodin lisäksi myös lifestylea sekä muuta muotia. Ruotsalainen Caroline Blomst sekä hänen miesystävänsä Daniel Troyse perustivat Stockholm Street Style-blogin vuonna 2005 ja vuonna 2007 sitä seurasi Carolines Mode- sivusto. Pariskunta kuvaa itse ja matkustaa noin viisi kuukautta vuodessa ympäri maailmaa kuvaten tyylejä (kuva 32).

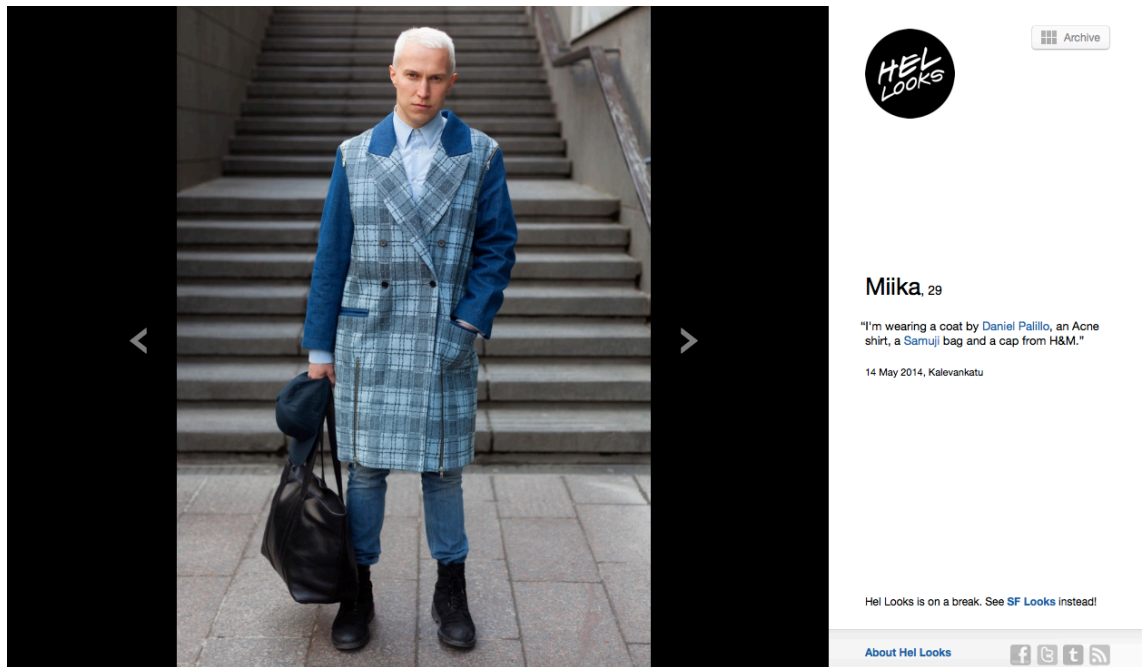


Kuva 32. Charlotte (Carolines Mode).

Stockholm Street Style:n kuvat edustavat skandinaavista katumuotia ja tyylikyyttä. Kuvat ovat potrettimaisia otoksia ja kuvatut ovat usein entisiä malleja tai aivan tavallisia ihmisiä Tukholmasta. Kuvat ovat laadukkaita ja taustan blurraus eli epäterävöittäminen toimii todella hyvin ja nostaa kuvattun kohteen esiin.

3.3.6 Hel Looks

Helsinkiläiset Liisa Jokinen ja Sampo Karjalainen perustivat vuonna 2005 Helsinkiin sijoittuvan katumuotiblogin Hel Looks, joka on kansainvälisen noteerattu sivusto. Muotitoimittaja Jokinen ja suunnittelujohtaja Karjalainen pitivät blogia yllä lähinnä harrastusmielessä. Keväällä 2014 blogi jäi tauolle. Hel Looks on Suomessa urauurtava katumuotiblogi ja ainoa noteerattu suomalaista tyyliä esittelevä sivusto.



Kuva 33. Näyttökuva Hel Looks –blogista (Hel Looks).

Hel Looksiin on kuvattu erikoisia ja erottuvia tyylejä Helsingin kaduilla. Blogin tyyli on hyvin yksinkertainen. Kuvat ovat potrettimaisia, yleensä suoraan edestä kuvattuja ja staattisia. Kuvatuilta pyydetään aina lupa kuvaan ja heistä tulee blogiin myös lyhyt informaatio koskien heidän pukeutumistaan. Kuvat ovat realistisia ja tyyleihin on helppo samaistua (kuvat 33 ja 34).



Kuva 34. Sini-Pilvi (Hel Looks).

3.4 Katumuotiblogien vertailua

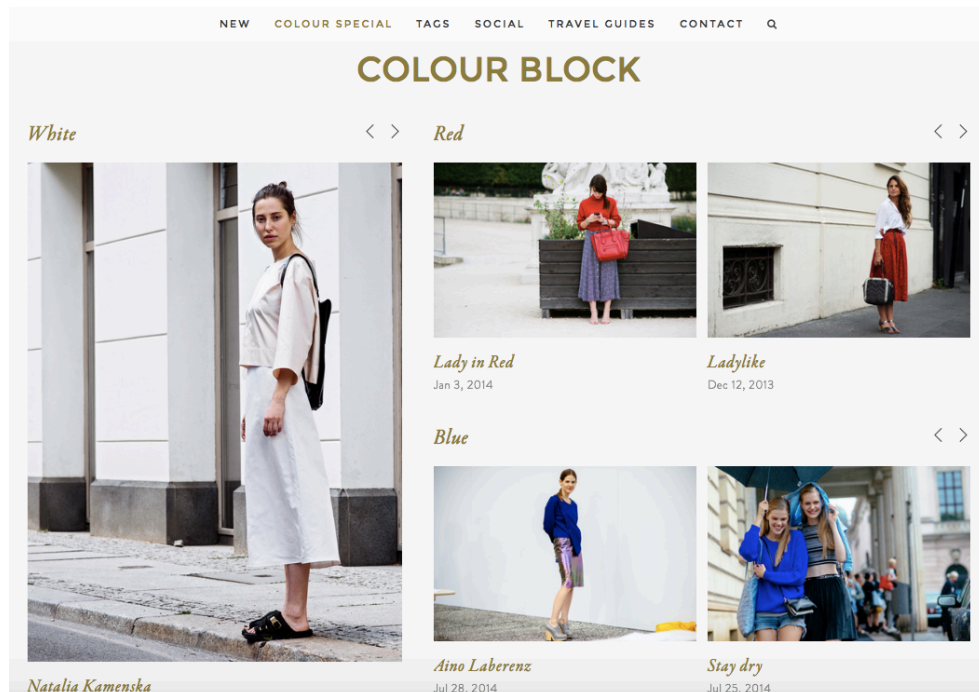
Havainnoin ja vertailen katumuotiblogeja, joiden uskon hyödyttävän opin-näytetyönä valmistamani blogin suunnittelussa ja toteutuksessa. Pohdin myös hieman tarkemmin, mitä oikeastaan haluan kuvata ja viestiä TREnd:n avulla. Tässä osiossa vertailen muun muassa listaamieni blogien ulkoasua, tarkastelen niiden kuvaustyyliä, kuvattuja ihmisiä ja trendejä sekä postaustiheyttä

Listatessani katumuotiblogeja ja niiden sisältöjä tarkastellessa yksi tärkeä seikka, johon kiinnitin huomiota, on vastakkainasettelu luksuksen ja arkipäiväisen välillä. Tällä tarkoitan kuvattuja ihmisiä ja vastakkainasettelua huippumuodikkaiden näytöskävijöiden sekä arkipäiväisten, kadulla kulkevien ihmisten välillä. Molemmat ovat katumuotia, mutta lasketaanko katumuodiksi muotia, joka puetaan varta vasten päälle vain, että tullaan kuvatuksi Pariisin muotiviikoilla. Monet katumuotikuvaajat sanovat kuvaavansa inspiroidakseen muita ja tuovansa esiin trendejä tavallisten kaduntallaajien keskeltä. Realistiseen ja aitoon muotimaailmaan ja trendeihin samaistuminen on helpompaa, näin voisi todeta itsekkin blogien lukijana. Toisaalta nämä kuuluisat blogit toimivat myös ikään kuin catwalkina, jota jokainen ihminen pystyy maksutta seuraamaan, joten miksipä meitä eivät kiinnostaisi myös luksustyyli.

Suurin osa näistä bloggaajista on aloittanut hyvin vaatimattomasti ja vähitellen siirtynyt bloggaamaan päivätyöksensä. Monella on aiemmin hankittu ammatti ja blogia on päivitelty aluksi vain harrastusmielessä. Blogin kuitenkin kerätessä julkisuutta, on niissä alkanut poseerata julkisuuden henkilöitä ja malleja sekä muotinäytöskuvaukset ja muut alan tapahtumat ovat astuneet myös suureen osaan blogien sisältöjä. Bloggaajat kiertävät ympäri maailmaa tyylien perässä. Tästä esimerkkinä Face Hunter, joka kiertää maailmaa myös suurten muotinäytösten ulkopuolella kuvaten ihmisiä eri yhteiskuntaluokista ja alueilta.

Monet listaamistani blogeista ovat jo mainetta saavuttaneita ja tunnettuja. Monen blogin sisältö onkin laajentunut ja pelkkä ”straight street style” ei enää ole ainoa blogiin päivittyvä aspekti. Kuvista kootaan erilaisia kollaaseja ja erilaisia tyyliä yhdistellään, esimerkiksi värien (kuva 35), printtien tai asusteiden mukaan. Osasta blogeista onkin muodostunut muodin yhteen kokoava sivusto, jolla esitellään laajasti vallitsevia tyyliä ja inspiraatiota. Ainoat, jotka ovat pitäneet bloginsa täysin kuvien varassa, ovat Tommy Ton sekä Hel Looks.

Vertailuun otin mukaan myös blogien ulkoasun. Kaikki ne miellyttävät silmää jollain tavalla. Useimpien ulkoasuun kuuluvat valkoinen tausta, yksinkertaiset fontit ja hillityt värit. Tämä tottakai siksi, koska kuvat vaativat päähuomion sivuilla. Selailtavuus on suurimmassa osassa blogeista kohdallaan ja ne ovat helppolukuisia. Ainoa, mikä hieman itseä lukijana häiritsee on Carolines Mode -sivuston ylisuuret kuvat ja silmille pomppaavat mainokset. Verrattuna esimerkiksi The Locals -blogiin, sivusto vaikuttaa täyteen ahdetulta ja hieman sekavalta. Toki kyseessä on muotisivusto, joka kokoaa yhteen paljon informaatiota, mutta myös tämän voisi tehdä tyylikkäämmin.



Kuva 35. Colour Special –osio The Locals –blogissa, jossa esiintyy eri värein kategorioituja ala-osioita (The Locals).

Syy, miksi monet katumuotiblogit menestyvät, on niiden tuoma informaatio ja trendien löytäminen tavallisen kansan seasta, johon on helppo samaistua. Lukijat etsivät inspiraatiota tyyleistä blogien kautta ja usein myös kaipaavat tietoa kuvattujen asuista. Kattavimman informaation blogissa esiintyvien ihmisten tyyleistä antaa ainoastaan Hel Looks. Blogissa esiintyy kuvan lisäksi aina muutamia lauseita kuvattun itsensä antama tieto hänen yllä olevasta asustaan, mistä hän yleensä hankkii vaatteensa ja mistä hakee inspiraatiota pukeutumiseensa. Ulkomaiset blogit eivät anna kuvasta näin paljoa informaatiota. Esimerkiksi Stockholm Street Style -blogissa kuvattua tuodaan julki vain nimi ja valikoidusti myös yksityiskohdista esimerkiksi laukusta tai yksittäisestä vaatteesta. Saamani palautteen myötä aion itse myös haastatella osaa kuvatuista hieman ja lisätä postauksiin informaatiota heidän kuvaushetkellä yllään olevista vaatteista.

Tutkiessa blogien kuvaustyyliä on helppo huomata eroavaisuuksia esimerkiksi asettelussa ja rajauksessa. Monet kuvaajista panostavat laadukkaisiin potrettikuviin, joissa kuvattu seisoo keskiössä ja tausta näyttäytyy kuvassa vain vähän, tunnistamattomana. Tämän päivän katumuotibloggajille yksittäisen kaupungin taltiointi ei lukijan silmin vaikuta olennaiselta. Taustalle haetaan usein neutraaleja sävyjä ja yksinkertaisuutta, jotta kohde erottuu mahdollisimman tarkkana ja värikkäänä. Erona näistä kuitenkin näytös- ja luksuskuvaaja Tommy Ton, jonka kuvissa tausta sulautuu yhteen kuvattun kanssa värikkäänä ja liikkuvaisena. Hänen tapauksessaan kuvaus tapahtuu muutamissa sekunneissa, kun on kyseessä julkisuuden henkilöiden kuvaaminen jopa paparazzin elkein.

Kuvien rajaaminen katumuotiblogeissa vaikuttaisi perustuvan kuvaajan mieltymyksiin tietynlaisista kuvauskohteista. The Sartorialist Scott Schuman

sanoo kuvaavansa ihmisiä ennemmin kuin tyylejä. Tämä näkyy hänen tuotannossaan kuvina, jotka rajautuvat sen mukaan, mitä kuvaaja milläkin kerralla on halunnut ikuistaa. Kuvatessa pelkkiä tyylejä otos on yleensä kokokuva, mikä antaa täydellisen informaation kantajan asukokonaisuudesta ja tyylistä. Kuitenkin valokuvaaja Schuman esimerkiksi käyttää kuvissaan useampaa rajausta, mistä voi huomata hänen intressinsä pelkästään ihmisten kuvaamiseen. Eroavaisuutena aiempaan kuvaaja Tommy Tonin tuotannossa asukuvat ja tyylit ovat avainasemassa, jonka voi huomata hänen tavastaan rajata kuvat usein niin, että keskivartalon alue on keskiössä. Tämä mahdollistaa tyylin kuvaamisen liikkeessä ja silti kokonaisvaltaisen katsauksen asukokonaisuuteen sekä myös tarkkaan yksityiskohtien kuvaamiseen. Face Hunterin tuotanto on hyvinkin monialaista ja kuvaus kohdistuu pääasiassa mielenkiintoisiin ihmisiin, mikä myös hänen kohdallaan tarkoittaa rajauksen vaihtelevuutta kuvattavan kohteen mukaan.

Tänä päivänä bloggareiden aktiivisuus ei jää yksinään blogin varaan. Kuvapalvelu Instagram on viime vuosina kokenut räjähdysmäisen kasvun applikaationa, joka toimii ikään kuin päiväkirjamaisena alustana kelle tahansa. Tutkimani katumuotibloggaajat ovat kaikki tämän applikaation käyttäjiä ja lisäävät kuvia tämän palvelun kautta lähes yhtä usein kuin blogiin. Blogin ohella Instagram on tärkeä väline jakaa omia kuviaan ja kerätä lisää julkisuutta blogilleen. Instagramista on tullut visuaalisen tarinankerronnan koti kaikille julkisuuden henkilöistä ja brändeistä teini-ikäisiin ja muusikoihin. Kaikille, joille luovuus on intohimo (www.instagram.com, n.d).

4 TREND -KATUMUOTIBLOGI

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyöni käytännön osana toteutettavan tamperelaisen katumuotiblogin TREnd:n. Käsittelen blogin pitämistä ensisijaisesti bloginpitäjän näkökulmasta, mutta samalla inspiroidun listaamistani katumuotiblogeista lukijana ja etsin omaa suuntaa blogilleni. Katumuotiblogin ylläpitämiseksi aion myös seurata sen keräämää näkyvyyttä ja lukijamääriä. Lopuksi arvioin myös saatuja tuloksia sekä tavoitteiden toteutumista katumuotiblogin näkökulmasta.

4.1 TREnd

Suunnitelmissani oli keksiä blogille hyvin yksinkertainen, lyhyt ja iskevä nimi, josta voi helposti päätellä, mistä on kyse. Nimen tulisi viitata kaupunkiin, jossa kuvaan sekä jollain tavalla sisällyttää myös blogin idea. Kirjasin ylös hyviä vaihtoehtoja ja kyselin mielipiteitä. Täydellinen nimi löytyikin yllättävän pian ja lähdin luomaan ilmettä blogin ympärille. Nimi TREnd viittaa Tampereesta käytettävään lyhenteeseen ja kokonaisuudessaan sana trend (trendi) on kaikille entuudestaan tuttu sana muotimaailmasta.

Jo jonkin verran kokeneena bloginpitäjänä hallitsen blogin rakentamisen ja ulkoasun luomisen. Ensimmäinen blogini toimi Googlen omistamalla Blogger-blogialustalla, mutta noin puoli vuotta sitten aloin kirjoittaa Trendi-lehden ylläpitämässä Lily.fi:ssä. Sekä itsenäisesti ilman yritysten mai-

nostusta että yhteisöllisesti hieman rajatummassa ympäristössä on ollut mukava kirjoittaa. Itsenäisestä kirjoittamisesta vaihdoin pois lopulta käytösvaikeuksien takia.

TREnd-blogia halusin alusta alkaen kirjoittaa itsenäisesti, ohjaten ulkoasua ja ilman mainostusta. Olin myös saanut vinkkejä blogipohjasta, jonka avulla onnistuisi myös oman domain- nimen käyttö. Domain tarkoittaa verkkotunnusta esimerkiksi .com- tai .fi-päätteellä. Useimmissa blogipohjissa oma verkkotunnus nimeytyy pohjan mukaan, esimerkiksi Bloggerin alla toimivan blogin osoite muodostuu automaattisesti .blogspot.com -päätteellä. Halusin luoda oman domainin, joka on helppo löytää eri hakukoneiden avulla.

Kirjoitan blogiani Wordpress-blogipohjalla. Valitsin Wordpressin juuri sen ammattimaisuuden ja helppokäyttöisyyden takia. Oman domainin luominen oli ehtona blogin pystyttämiseksi ja Wordpress tarjosi tätä vain 15 euron vuosihintaan. TREnd-blogin domain-nimeksi muodotui <http://streetstyleintampere.com>.

Blogin ulkoasua luodessa Wordpress tarjoaa erilaisia valmiita teemoja. Premium-jäsenenä oman ulkoasun luominen tyhjästä on mahdollista ja niin sanottuna ilmaisena käyttäjänä mahdollisuudet ovat rajalliset mutta kuitenkin monipuoliset. Vaihtoehtoja löytyy niin kirjoittamisesta kuin valokuvaamisesta ja portfoliotyypisistä julkaisutavasta kiinnostuneille. Blogini kohdalla jouduin kuitenkin testaamaan muutamaa vaihtoehtoa ja niiden toimivuutta ennen sopivan löytymistä (kuvat 36 ja 37). Valitsin lopulta pohjaksi Raddcliffe –nimisen pohjan, joka on luotu juuri valokuvausta varten.



Kuva 36. Näyttökuva TREnd:n etusivulta 31.maaliskuuta (TREnd).



Kuva 37. Näyttökuvaa TREnd:n viimeisimmän postauksen artikkelikuvasta 31.maaliskuuta (TREnd).

Blogin etuvisulle on luotu myös kaksi välilehteä, joissa kerron lyhyesti blogista ja annan yhteystietoni lisäinformaatiota varten. Toiveissa olisi myös myöhemmin, blogin hieman kasvaessa, lisätä välilehtien määrää ja luoda erilaisia osioita blogin yhteyteen, kuten The Locals –blogin väriosio. Kategorioina voisi toimia esimerkiksi kuukauden tyyli tai asuste -sivusto.

TREnd -blogin ulkoasussa paras ominaisuus on sen yksinkertaisuus ja näytettävyyt. Valkoinen, tyylikäs pohja, helppokäyttöisyys sekä laadukkaat kuvat ovat ominaisuuksia joita lähdin etsimään ensimmäisen kerran suunnitellessani blogin ulkoasua. Käytössä on myös avoin kommenttikenttä jokaisen blogipostauksen alla, joten palautetta pystyy saamaan nopeasti. Jokainen kuva on myös mahdollista jakaa Pinterest-kuvapalvelussa, Facebookissa tai esimerkiksi Twitterissä (kuva 38).

♦ Tampere, Suomi

Share

Sähköpostitse Facebook Jaa 0 LinkedIn Share Tweet 0 tumblr. PinIt Lisää

Reblog Tykkää

Ole ensimmäinen, joka tykkää tästä.

ABOUT THE AUTHOR



Jennivaltee



ABOUT THE POST

fashion photography, street style

street style, tampere

Saara

Kuva 38. Esimerkkikuva TREnd –blogin postauksen alla olevista jakopainikkeista, kirjoittajasta sekä blogin avainsanoista (TREnd).

Blogin markkinointi on lukijamäärien kasvun kannalta tärkeää ja monien eri sosiaalisen median kanavien kautta toimiminen helpottaa blogin löytymistä muun muassa eri haku – ja avainsanojin. Kun lähdin luomaan blogia, suunnitelmissani oli luoda sen yhteyteen samanniminen Instagram – tili, johon lisäisin samoja sisältöjä kuin blogiin. Luovuin kuitenkin pian ideasta, sillä haluan blogin pysyvän avainasemassa ja kahden eri sosiaalisen median päivittäminen samaan aikaan on hyvin aikaa vievää. Tällä hetkellä kanavat, jossa mainostan TREnd:iä ovat Facebook, Lily.fi, Blogilista sekä Instagram. Kaikki nämä kuitenkin henkilökohtaisten tilieni kautta. Ystäväni jakavat blogiani omille ystävilleen Facebookissa aika ajoin, mutta myös maksettu markkinointi Facebookissa on mahdollista. Tällä hetkellä en kuitenkaan koe sitä tarpeelliseksi vasta aloittelevalla blogilleni.

4.2 Kuvaustyyli

Työni edetessä olen inspiroitunut varsinkin The Locals-blogin sekä Tommy Tonin silmiinpistävästä kuvaustyylistä. The Locals:n Søren Jepsenin kuvaustyyliässä ihannoin hänen harmonista värisilmäänsä ja horisontaaleja potrettikuvia, joissa kuvattu sulautuu taustaan ja myös taustan käyttö ja kuvakulmat ovat tarkkaan mietitty. Tommy Tonin kuvaustyyliässä ihannoin värikylläitä ja äärimmäisen tarkkoja kuvia. Liikkuvat kohteet ovat äärimmäisen haastavia taltioida, mutta Tonin tapauksessa ne ovat erittäin onnistuneita. Omalla kohdallani liikkuvat kuvat ovat lähes mahdottomia liian pienen objektiivin takia.

Tähän mennessä olen kuvannut kokeilumielessä ja testannut erilaisia kuvaustyyliä ja kuvakulmia. Kaikissa toteutan kuitenkin samaa tekniikkaa, jonka opin Fashion Photography –kurssilla. Valokuvauksen opettajamme neuvoi meitä aina kuvaamaan katumuotia kyykyssä niin, että kohde on tarpeeksi kaukana ja erottuu realistisessa koossa (kuva 39). Kuvatessa zoomi asetetaan täyteen vahvuuteen ja kuvattavaan otetaan tarvittava etäisyys riippuen halutusta kuvakulmasta. Katumuotikuvauksessa tärkeää on käyttää myös asetuksia, jotka mahdollistavat tarkan kuvauksen oikealla valotuksella. Suomessa sääolosuhteet ovat kuitenkin niin vaihtelevat, että koen manuaaliasetusten vaihtelun säiden mukaan turhan monimutkaiseksi ja aikaa vieväksi. Tähän mennessä olen kuvannut ainoastaan automaattiasetuksella, joka mahdollistaa tarkat yksityiskohdat ja hieman epätarkan taustan (kuva 40).

Blogin kuvaustyyli on monipuolista ja kuvauksessa käytetyt kuvakulmat ja taustan käyttö tekevät blogin sisällöstä vaihtelevan ja lukijalle miellyttävän. Tähän mennessä kuvaustyyliin ovat vaikuttaneet taustan sijoittuminen kuvaan sekä kuvattavan asukokonaisuus, mikä näkyy esimerkiksi yksityiskohtakuvina, joissa esiin tulee ainoastaan jokin tietty asuste tai asia kuvattavasta (kuva 41). Jokainen kohde kuvataan niin, että kuvattu näytettyy rentona ja omana itsenään kuvassa. Kuvaustilanteessa pyrin miettimään jokaiselle kuvattavalle mahdollisimman edustavan kuvakulman ja blogiin julkaistavan kuvan täytyy kehua myös kuvattua kohdetta.



Kuva 39. Esimerkkikuva kuvaustyylistä, jossa käytössä automaattiasetukset ja kuvattu näkyy realistisessa koossa. Tämä on tyypillinen katumuotikuvaustyyli (TREnd).



Kuva 40. Esimerkkikuva horisontaalisesta kuvaustyylistä, jossa myös kaupunki pääsee oikeuksiinsa (TREnd).



Kuva 41. Esimerkkikuva kuvaustyylistä, jossa kuvattavasta on haluttu esittää vain tietty yksityiskohta (TREnd).

Kuvaajana ja bloggaajana nautin monipuolisuudesta, mutta kuitenkin yhtenäisen ilmeen säilyttämisestä. Kuvatessani kaduilla liikun mahdollisimman paljon saadakseni laajan kuvan kaupungista ja monipuoliset taustat. Tavoitteenani oli juurikin taltioida blogini avulla Tamperetta ja tuoda kaupunkia esiin uudella tavalla sosiaalisessa mediassa. Tähänastinen kuvaamiseni on tapahtunut lähinnä tarkoituksenomaisesti ja olen lähtenyt kuvaamaan suunnitelmallisesti. Päivästä kuluu useita tunteja kuvaamiseen ja lopputuloksena saattaa olla vain viisi asukuvaa. Aloittelevana kuvaajana en ehkä vielä ole saanut luotua systemaattista tapaa kuvata ja kiertää kaupunkia, mutta uskon kuvauskertojen lisääntyessä myös oikean kuvaustavan löytyvän. Hel Looks-blogia kirjoittava Liisa Jokinen sanoo haastattelussaan kantavansa aina kameraa mukanaan ja kuvaavansa, jos mielenkiintoinen tyyli osuu kohdalle. Hän ei tarkoituksella lähde kuvaamaan vaan haluaa yllätyä.

4.3 Kuvaus, postaaminen ja käytäntö

Katumuotikuvaajat, jotka ylläpitävät blogia työkseen postaavat kuvia noin neljästä viiteen kertaa viikossa. Yhdellä postauskerralla kuvia lisätään riippuen kuvaajasta noin yhdestä viiteen. Esimerkiksi Tommy Ton julkaisee kuvia vain yhden kerrallaan ja noin kerran viikossa, kun taas The Sartorialist päivittyy lähes päivittäin yhdellä kuvalla. Liisa Jokinen sanoo Hel Looks –blogin päivittyneen aluksi vain sunnuntaisin mikä oli epänormaalin hidasta. Hänen mielestään hyvä blogi voi päivittyä kerran viikossa tai vain kerran kuukaudessa jos sisältö on laadukasta ja kattavaa. Kiihkeällä tahdilla aloittaminen vaatii jatkuvaa ylläpitämistä ja usein se saattaa käydä raskaaksi. Varsinkin Suomen olosuhteissa, kuvauspäivät saattavat siirtyä viikoilla ja kohdallani tämä on jo tuttua huomioon ottaen kevään epävakaa sää.

Tähän mennessä blogia on päivitetty lähes viikoittain viikosta 10 lähtien, lukuun ottamatta kahta viikkoa, joina sää on ollut erittäin huono kuvaukseen sateen ja pimeyden takia. Blogipostauksia on tehty yhteensä 15 kappaletta ja kerralla postauksia noin kolmesta neljään, maksimissaan kaksi kertaa viikossa. Kaikissa postauksissa on vain yksi kuva kerrallaan mielenkiinnon ja laadun ylläpitämiseksi. Ensimmäisillä kerroilla blogi päivitettiin heti kuvauspäivän iltana, mutta päätin kuitenkin jaotella ja ajastaa postauksia eri päiville, saadakseni lukijat kiinnostumaan ja seuraamaan blogiani useampina päivinä. Myös kellonaika on tärkeää huomioida blogikirjoituksia postatessa; useimmiten alkuilt ja ilt, noin kello 18-21, ovat otollisinta aikaa päivittämiselle, sillä näihin aikoihin ihmiset yleensä ovat tietokoneiden tai muiden medioiden äärellä. Tämän huomasin jo henkilökohtaista blogia päivittäessäni.

Postaukset ovat lyhyitä ja osaa kuvatuista olen haastatellut hieman. Alussa suunnitelma oli lisätä blogiin vain kuva ilman haastattelua, mutta saamani ulkopuolisen palautteen takia, olen päättänyt haastatella myös osaa kuvatuista. Riippuen kuvaustilanteesta ja kuvatun halukkuudesta.

Kuvaustilanteet ovat hyvin nopeita ja kuvaajana pyrin toimimaan mahdollisimman selkeästi ja verkkaasti. Haastavinta kuvauksessa kuitenkin on kuvattavien löytäminen. Tampere on loppujenlopuksi pieni kaupunki, joten tyylien löytäminen voi olla aikaa vievää. Tähän mennessä olen löytänyt kuitenkin mielenkiintoisia tyylejä. Toinen haaste katumuotikuvauksessa on hyvän taustan löytäminen. Varsinkin keskustan alueella rakennukset ovat suurimmaksi osaksi ulkomuodoltaan tumman puhuvia ja ajalta jolloin halvan näköiset materiaalit olivat muodissa, joten sopivaa taustaa ei ole helppo löytää. Monesti ohjaan kuvattavaa hieman siirtymään sen mukaan millainen tausta sattuu kohdalle. Olen kokeillut myös staattisempaa kuvaustyyliä, jossa asetun tiettyyn kohteeseen ja niin sanotusti odotan kuvattavaa.

Päivinä joina kuvaan, vietän yleensä noin viidestä seitsemään tuntia ulkona. Liikuskelen ympäri kaupunkia ja pyrin pysymään liikkeessä. Kuvattavista tähän mennessä vain murto-osa on kieltäytynyt kuvaamisesta. Ihmiset ovat olleet hyvinkin innostuneita ja uteliaita kysyessäni saako heitä kuvata.

Pyryn lähestymään jokaista kuvattavaa mahdollisen rauhallisesti ja määrätietoisesti. Kuvatessa ja sosiaalisissa kontakteissa oppii oikean tavan lukea ja lähestyä ihmistä sekä oikeat sanat joilla lähestyä. Monesti ihmiset ja varsinkin suomalaiset pelästyvät liian päällekyvää asennetta. Lähestyn ihmisiä ensiksi tervehtimällä ja kehumalla heidän tyyliään tai esimerkiksi asusteitaan. Tämän jälkeen kysyn saanko kuvata heitä ja kerron mitä varten kuvaan. Monelle tulee viimeistään tässä vaiheessa uskallus kuvaan. Kuvaustilanteessa ohjaan kuvattavaa miten poseerata sekä miten hallita kasvoja kuvassa. Sivuaineopinnoissani kehoitettiin pyytämään kuvattavaa olemaan mahdollisimman neutraali ilme kasvoillaan. Neutraali kasvojen ilme rentouttaa myös vartalon. Kuvauksen aikana otan yleensä useita kuvia, jotta valittavaa materiaalia olisi paljon. Olen teettänyt myös blogin osoitteella varustettuja käyntikortteja kuvattuja varten, jotta hekin voivat

halutessaan jakaa blogia ja kuvia sosiaalisessa mediassa. Pyydän myös jokselta kuvatulta allekirjoituksen tekemääni sopimukseen, jossa he antavat käyttöoikeuden kuviin blogissani ja opinnäytetyössäni.

Jälkieditoinnin kannalta paras kuvaushetki on aurinkoinen aamupäivä. Pyrin kuvatessani saamaan mahdollisimman laadukasta materiaalia aikaan, jotta jälkieditointi ei veisi aikaa. Otollista kuvausaikaa kevään aikaan Suomessa on noin kolme tuntia aamu- ja iltapäivästä. Tänä aikana otetut kuvat vaativat hyvin vähän editointia. Pääasiassa editointiin kuuluu valon ja kontrastin lisääminen, valkotasapaino sekä pieni tarkennus ja terävöittäminen (kuvat 42 ja 43). Jälkikäsitellen kaikki kuvat Adobe-pakettiin kuuluvalla Bridge-kuvanmuokkausohjelmalla. Tätä ohjelmaa totuimme Photoshopin sijaan käyttämään katumuotikuvien muokkaamiseen myös vaihto-oppilaitoksessani.



Kuva 42 ja 43. Esimerkki jälkieditoinnista. Kuvassa vasemmalla alkuperäinen kuva ja oikealla editoitu kuva. Tämän kuvan kohdalla editointia tehtiin ainoastaan valoa ja kontrastia lisäämällä. Jokaista kuvaa tarkennan myös jälkikäteen hieman. Käsivarainen kuvaaminen voi joskus jättää kuvan epäteräväksi (TREnd).

4.4 Näkyvyyden seuranta

Osana opinnäytetyöni käytännön osuutta seuran myös katumuotiblogilleni kertyvää näkyvyyttä ja kävijämääriä. Lyhyehkön aikavälin takia otanta tulee olemaan niukka, sillä julkisuuden kerääminen blogille ei tapahdu usein vuodentakaan aikana.

Wordpress tarjoaa hyvin yksityiskohtaisen tilastoseurannan blogin yhteyteen. Sen avulla pystyy seuraamaan reaaliajassa lukijoiden, näyttöjen, ha-

kusanojen ja käytettyjen hakukoneiden määrää sekä maita, joiden kautta blogissa on vierailtu.

Julkaisin ensimmäiset blogipostaukseni ensimmäisen kuvauspäivän iltana keskiviikkona 11. maaliskuuta kello puoli kahdeksalta. Julkaisin kuvia tuolloin kerralla viisi. Samaan aikaan mainostin myös blogiani ensi kertaa omalla Instagram-tililläni, Facebookissa ja henkilökohtaisessa blogissani. Kyseisenä iltana kävijöitä vieraili blogissa 207 ja näyttökertoja oli huikeat 1066. Sivustoja, joiden kautta vierailijat päätyivät blogiini olivat mm. Facebook, Lily.fi –blogisivusto, Blogilista.fi. sekä Google-haku. Google –hakua varten blogille luomani avainsanat johdattavat lukijan suoraan sivustolle. Seuraavat postaukset tein kaksi päivää myöhemmin perjantaina 13.3. Tällöin postauksia oli sama määrä kuin ensimmäisellä kerralla, mutta kävijöitä 130 vähemmän kuin keskiviikkona. Tämä johtunee varmasti postausajankohdasta, joka sijoittui perjantai-iltaan, jolloin voi olettaa eri medioiden käytön olevan vähäistä.

Kuvassa 44 näkyy ote blogin tilastosivulta yhteenvedosta, jossa on koottuna kaikki näytöt ensimmäisen kuukauden ajalta. Blogissa on nyt yhteensä 15 postausta, jotka on lisätty neljänä eri päivänä viiden viikon aikana; keskiviikkona 11.3, perjantaina 13.3, torstaina 26.3 sekä perjantaina 27.3. Postauspäivinä sekä niiden jälkeisinä päivinä näyttöjä on ollut kohtalaisesti, noin 170:stä vaihtelevasti yli 500:aan. Ensimmäisellä viikolla blogi saavutti yli kahden tuhannen näytön määrän. Myös toisella viikolla, jona postauksia ilmestyi kahtena päivänä, näytöt ylsivät yli tuhannen. Viikkoina, joina blogi ei ole päivittynyt vierailut ovat hiipuneet alle sadasta hie- man yli 300:aan. Tästä on helppo päätellä miten blogia tulisi ylläpitää niin, että lukijoita kertyisi tasaisesti kaikille päiville ja viikoille.

Hautakangas ja Noppari (2012) toteavat tutkimuksessaan kilpailun bloggaamisessa olevan kovaa sillä verkkoyhteisö on liikkuvaa ja etsii nopeasti uuden seurattavan, mikäli blogi niin sanotusti ”kuihtuu” tai päivitystahti hidastuu. Tämä näkyy automaattisesti lukijamäärissä ja luvuissa. Katumuotiblogin kohdalla tämä ilmiö on huomattavissa viikkoina, joina päivityksiä ei ole tullut. Reaaliaikaisuus ja blogin viikoittainen päivittäminen ovat elinehtoja blogin lukijoiden ja mielenkiinnon säilyvyyden kannalta.

Viime viikot

ma	ti	ke	to	pe	la	su	Yhteensä	Keskiarvo	Muutos
Maa 2	Maa 3	Maa 4	Maa 5	Maa 6	Maa 7	Maa 8	1	0	
0	0	0	1	0	0	0			
Maa 9	Maa 10	Maa 11	Maa 12	Maa 13	Maa 14	Maa 15	2 153	308	+215 200,00%
0	0	1 066	376	524	156	31			
Maa 16	Maa 17	Maa 18	Maa 19	Maa 20	Maa 21	Maa 22	322	46	-85,04%
241	27	8	26	10	10	0			
Maa 23	Maa 24	Maa 25	Maa 26	Maa 27	Maa 28	Maa 29	1 007	144	+212,73%
26	32	22	291	162	296	178			
Maa 30	Maa 31	Huh 1	Huh 2	Huh 3	Huh 4	Huh 5	192	27	-80,93%
35	102	12	0	27	8	8			
Huh 6	Huh 7	Huh 8	Huh 9	Huh 10	Huh 11	Huh 12	71	10	-63,02%
1	24	9	13	12	7	5			
Huh 13							0	0	-100,00%
0									

Kuva 44. Näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta 13. huhtikuuta, jossa yhteenvedo kaikkien päivien näyttökerroista blogin luomisesta lähtien Huhtikuun toiselle viikolle asti (TREnd).

Taulukkoa tarkastellessa huomaa, että näyttömäärät ovat hyvinkin vaihtelevia. On vaikea arvioida, miksi yhtenä päivänä näytöt yltyvät yli sadan ja seuraavana päivänä vain yli kymmenen. Osasyynä voi olla ystäväni blogin jakaminen esimerkiksi Facebookissa, jolloin sivu tavoittaa suuremman yleisön (kuva 46) tai henkilökohtainen mainostukseni Instagramissa. Olen kuitenkin hyvin tyytyväinen lukuihin. Yleensä moni aloitteleva blogi ei välttämättä kerää viikoittain edes sataa vierailijaa. Sinnikkyydellä ja markkinoinnilla on erittäin suuri merkitys lukijoiden keräämisessä ja TREnd:n tapauksessa uskon sen saavuttaneen jo muutaman vakiolukijan. Muuten tilastot näyttäisivät jokaisen viikon kohdalla tyhjää (kuva 45).

Kuukaudet ja vuodet

	Tam	Hel	Maa	Huh	Tou	Kes	Hei	Elo	Syy	Lok	Mar	Jou	Yhteensä
2015			3 620	127									3 747

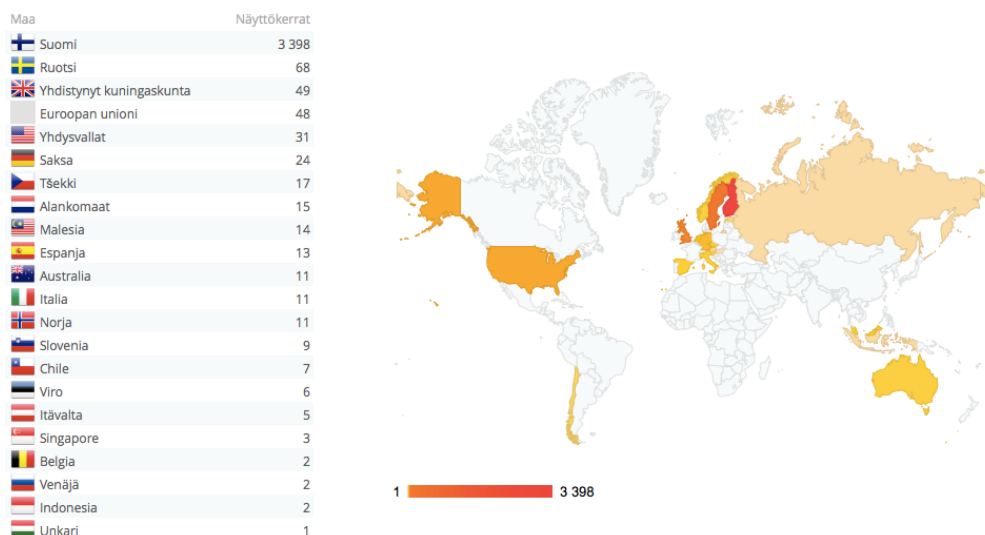
Keskiarvo per päivä

	Tam	Hel	Maa	Huh	Tou	Kes	Hei	Elo	Syy	Lok	Mar	Jou	Yhteensä
2015			134	10									94

Kuva 45. Näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta jossa yhteenvedona kuukausittaiset näytöt sekä keskiarvo näyttöjen määrästä per päivä per kuukausi (TREnd).

Top Views by Country for kaikki days ending 2015-04-14 (Summarized)

[7 Days](#) | [30 Days](#) | [Kaikki](#)



Kuva 46. Näyttökuva tilastosivulta, jossa yhteenvedo maista, joista blogissa on vierailtu ja kuinka monesti (TREnd).

Päivitetty taulukkokuva (kuva 47) näyttää erittäin hyvää esimerkkiä useita kertoja viikossa päivittyvän blogin lukijamäärien kasvusta. Kyseisen viikon ensimmäinen ja parhaiten lukijoita kerännyt päivä on merkitty tummalla pohjalla taulukkoon. Tämän viikon aikana päivitin jälleen myös henkilökohtaista Instagram-tiliäni jokaisen blogipostauksen yhteydessä. Raadollisuus kuitenkin näkyy nopeasti hyvinäkin viikkoina sillä lukijamäärät ovat laskeneet alun useista sadoista loppuviikon kymmeniin lukijoihin.

Viime viikot

ma	ti	ke	to	pe	la	su	Yhteensä	Keskiarvo	Muutos
Maa 16	Maa 17	Maa 18	Maa 19	Maa 20	Maa 21	Maa 22	322	46	
241	27	8	26	10	10	0			
Maa 23	Maa 24	Maa 25	Maa 26	Maa 27	Maa 28	Maa 29	1 007	144	+212,73%
26	32	22	291	162	296	178			
Maa 30	Maa 31	Huh 1	Huh 2	Huh 3	Huh 4	Huh 5	192	27	-80,93%
35	102	12	0	27	8	8			
Huh 6	Huh 7	Huh 8	Huh 9	Huh 10	Huh 11	Huh 12	71	10	-63,02%
1	24	9	13	12	7	5			
Huh 13	Huh 14	Huh 15	Huh 16	Huh 17	Huh 18	Huh 19	127	18	+78,87%
0	4	4	3	1	59	56			
Huh 20	Huh 21	Huh 22	Huh 23	Huh 24	Huh 25	Huh 26	613	88	+382,68%
382	64	107	28	14	9	9			
Huh 27							19	0	-100,00%
19									

Kuva 47. Päivitetty näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta 27. huhtikuuta. Mukana Huhtikuun viikko, jona blogi päivittyi kolme kertaa sekä lukijamäärien prosentuaalinen kasvu (TREnd).

Kun on kyseessä otanta vain hieman yli kuukauden ajalta, näkyvyyden kertymisestä ei saada kovin tarkkaa selvitystä. Voidaan kuitenkin todeta, että näkyvyyden lisäämiseksi muiden sosiaalisen median aplikaatioiden ja palveluiden käyttö on ehdotonta. Projektin jatkuessa ja kesän lähestyessä myös kuvaustahti varmasti nopeutuu ja postauksia tullaan saamaan enemmän ja kattavammin. Myös erilaisten lisäaspektien avulla sivustosta saadaan kattavampi ja ammattimaisempi.

4.5 Lopputulos

Opinnäytetyön käytännön osuutena luotu katumuotiblogi TREnd osoittautui olemaan juuri alkuperäisen suunnitelman mukainen ja vaivannäkö näkyy blogin ulkoasussa ja sisällössä. Vaikkakaan suunnitelmien mukainen kuvaustahti ei toteutunut täysin siinä mittakaavassa kuin piti, ei blogin laatu ole siitä kärsinyt. Kohdallani katumuotiblogin päivittäinen ylläpitäminen olisi tähän mennessä ollut ylivoimaista. Ottaen huomioon kevään hyvin vaihtelevat sääolosuhteet ja kaupungin pienuus, blogia on erittäin hankala päivittää edes viikoittain. Kevään harmaus ja auringon puute luovat haastetta kuvaukselle sekä muut kiireet ovat haasteina blogin jatkuvassa päivittämisessä. Suurin osa katumuotibloggaajista ylläpitää blogia työksseen, jolloin se on osa jokapäiväistä elämää. Tämän huomaa jo vertaillen The Sartorialistia, joka kuvaa työksseen ja HelLooksia, joka lähti liikkeelle harrastuspohjalta. Kun blogi on työ, siihen on helppo käyttää enemmän aikaa kuin harrastuspohjalta silloin tällöin päivittyvään blogiin.

Kaduilla kuvaaminen onnistui odotettua helpommin. Vaikkakaan tyylien löytäminen ei aina ollut yksinkertaista ja nopeaa, olivat kuvattavat silti kiinnostuneita opinnäytetyöstä ja blogista. Hyvin harva kieltäytyi kuvauksesta ja usein siitä syystä etteivät kokeneet olevansa tarpeeksi laittautuneita kuvaa varten. Kuvaustilanteet sujuivat ripeästi ja helposti ja olen tyytyväinen keräämääni materiaaliin. Kuvien avulla pystyy todistamaan Tampereen kokoisen vanhan tehdaskaupungin muodin olevan kuitenkin yllättävänkin monipuolista. Kuvauskohteinani ovat olleet hyvinkin erilaiset ihmiset, jotka ovat tyyllillisesti olleet lähes täysin vastakohtia toisilleen. Aloittelevana katumuotikuvaajana olen päässyt asettamiini tavoitteisiin monipuolisuudesta ja aitoudesta.

Tampereen katumuotia voisi luonnehtia pelkistetyksi ja hillityksi, mutta kuitenkin yhdistelmäksi värejä ja printtejä, jotka sointuvat yhteen. Tamperelaiset eivät käytä räikeitä väriyhdistelmiä tai tee liian rohkeita valintoja pukeutumisessaan. Näiksi voisi luonnehtia esimerkiksi monien eri materiaalien tai useiden eri tyyliuuntien yhdistelmiä. Varsinkin kevään värimaailma on vaatteissa näkynyt vahvasti mustana ja harmaan eri sävyinä. Turvalliset värivalinnat ovat siis myös tamperelaisille ominaista. Myös rockhenkisyys tulee vahvasti esiin Tampereen katukuvasta. ”Manserock” on varmasti jättänyt jälkensä osaan tamperelaisten tyyliä pukeutua ja pieniä vivahteita on vielä huomattavissa, esimerkiksi mustan nahkatakkin yhdistäminen mustiin farkkuihin ja nahkasiiniin, kulutettuihin bootseihin.

Tamperelaisten pukeutumistyyliä voisi kuvailla myös uuden ja vanhan yhdistämiseksi. Kaupungista löytyy suuri määrä kirpputoreja ja kaupunkilai-

set ostavat ja myyvät paljon tuotteitaan tätä kautta. Kokonaisuudessaan voidaankin kumota käsitys Tampereesta massamuodin kaupunki. Tämä toki osittain pitää paikkansa, sillä kuvattavien löytäminen ei aina ole ollut helppoa. Kuitenkin lopulta kuvaajana näen Tampereen katumuodin hyvin-kin värikkäänä ja sekoituksena erilaisia tyyliälajeja (kuvat 48-50).

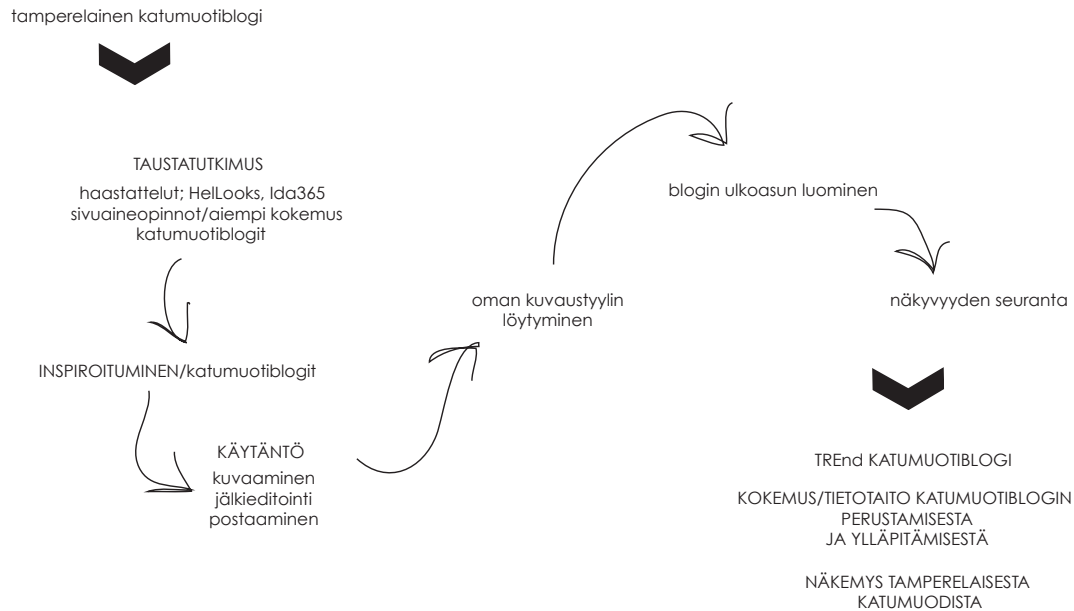


Kuvat 48, 49 ja 50. Kolme kuvaa koottuna yhteen esimerkkinä Tampereen katumuodin monipuolisuudesta. Etnistä, rock-henkistä sekä klassista ja skandinaavista muotia (TREnd).

Verrattuna esimerkiksi Helsingin katukuvaan tamperelaiset suosivat klassisempia vaihtoehtoja pienellä twistillä. Tuotteet hankitaan kirpputorien lisäksi usein ulkomaisista massamuotiliikkeistä. Valinnat joutuu usein tekemään saatavuuden kannalta ja pääkaupunkiseudun tarjontaan verrattuna Tampereen tarjonta on suhteellisen niukkaa. Valinnanvaran vähyys on yksi syy Tampereen katumuodin ajoittain näkyvään persoonattomuuteen.

Prosessin edetessä olen päässyt kehittämään omaa kuvaustyyliäni tiettyyn suuntaan. Lyhyehkön projektin takia kuvaaminen on ollut monin puolin kokeellista ja testaamista, mutta koen saaneeni kuvaajana tietynlaisen otteen kuvaamiseen. Kuvaan staattisia kuvia, sekä horisontaaleja että potrettimaisia ja kuitenkin monipuolisesti taustaa käyttäen. Alkuperäinen tavoite kaupungin esille tuomisesta on mielestäni onnistunut suhteellisen hyvin. Olen pystynyt kuvaamaan ihmisiä ympäristöissä, jotka ovat Tampereelle ominaisia kuten Hämeenpuistossa, Hämeenkadulla, Finlaysonin alueella sekä Laukontorilla.

Kokonaisuudessaan blogin pitäminen osana opinnäytetyön prosessia (kuva 51) on ollut minulle erittäin mieluisa projekti. Olen saanut blogista oman näköiseni ja aion ehdottomasti jatkaa blogin pitämistä samaan malliin, mutta vielä isommalla volyymillä, niin että se ulottuu myös muihin sosiaalisen median aplikaatioihin ja palveluihin.



Kuva 51. Kaavakuva opinnäytetyön prosessista ja tuloksista.

TREnd on saanut huimasti positiivista palautetta ja sen tarpeellisuudesta olen saanut kuulla henkilökohtaisesti. Haastattelussaan Ida Hanhiniemi toteaa blogin olevan loistava keino tuoda tamperelaisia tyyliaitureita esiin, sillä heitä ei ole monia. Ja tämä seikka on juuri se mikä tekee blogista mielenkiintoisen. Tyylikkää ja huolitellut ihmiset erottuvat positiivisesti katukuvasta blogin avulla sekä Tampereen oma katumuotiblogi voi toimia muodista kiinnostuneille uutena inspiraation etsimisen väylänä. Liisa Jokinen kuitenkin varoittaa haastattelussaan keskikokoisen kaupungin tarjonnasta joka usein saattaa johtaa saman henkilön kuvaamiseen useita kertoja.

5 POHDINTA JA ARVIOINTI

5.1 Pohdinta

Katumuoti on noussut yhdeksi seuratuimmista muodin kanavista ja inspiraatiota katumuodista haetaan suurista muotitaloista asti. Kadulta haetaan inspiraatioita omiin tyyliihin ja uusien mallistojen suunnitteluun. Useimmiten kuvauskohteina ovatkin jollain tapaa erikoiset tyyli tai asuyhdistelmät, jotka eroavat massasta. Katumuodin tulkinnassa on kuitenkin hankaluutena kuvaajien omat kuvausihanteet ja kohteet, keitä he kuvaavat. Jokaisella kuvaajalla on oma makunsa ja kaikkia ei pysty miellyttämään. Yleensä jokainen katumuotiblogi väistämättä ja tarkoituksenmukaisesti ajautuu jossain vaiheessa omalle reitilleen ja luo täysin oman omaileimai-

sen ilmeen ja tyylikattauksen, jossa esitellään vain jotain tiettyä tyyli-ryhmittymää tai tietyn tyylin omaavia ihmisiä.

Katumuotiblogien suunta on enenevässä määrin myös muuttumassa kaupallisempaan suuntaan ja luksuskuvaaminen sekä muotinäytöskuvaaminen alkavat vallata aluetta. Monet normaaleina katukuvaajina aloittaneet kuvaajat ovat laajentaneet aluettaan myös näytöksiin ja niin sanottuun luksuksen kuvaamiseen palkkatyön takia. Tämä kuitenkin luo epätodellisen kuvan katumuodista, sillä muotinäytökseen pukeudutaan usein kuin juhlaan ja näin arjen kuvaaminen on jäämässä syrjään. Totuus kuitenkin on se, että näytöskuvia ja julkisuuden henkilöitä seurataan mieluummin kuin perinteisiä kaduntallaajia. Katumuotikuvaus saattaa usein olla myös lavastettua ja kuvat etukäteen suunniteltuja. Tämä kumoaa katumuodin perimmäisen tarkoituksen, joka kuitenkin on erilaisten tyylien bongaus spontaanisti katukuvasta. Ennalta suunniteltu ja lavastettu kuvaaminen on vain muotikuvaamista. Kuvaajana olen ennemmin kuitenkin spontaanin ja perinteisen katumuotikuvaamisen kannalla, sillä myös lukijat haluavat lukea sisältöä johon on helppo samaistua. Se myös luo realistisen kuvan ympäristöstä, jossa elämme, ilman turhaa hienostelua.

Bloggaamisessa ja varsinkin muotibloggaamisessa myös maksettu mainonta ja markkinointi on yhä useammin esiintyvä piirre. Bloggaamisesta maksetaan yhä useammin palkkaa ja siksi ala on hyvinkin haluttua ja kilpailukykyistä. Monelle kokeneelle bloggaajalle blogin ylläpitäminen on kokopäivätyö ja työtä otetaan vastaan tahoilta, jotka koetaan jotenkin itselle läheisiksi. Blogeissa saattaa esiintyä myös piilomainontaa, mikä usein jää lukijalta huomaamatta. Uskon blogien suuntaavan enemmän ja enemmän mainostuksen puolelle ja yhdeksi vakituisista markkinoinnin väylistä.

Tänä päivänä muotiblogeja on äärimmäisen paljon ja moneen lähtöön. Erottuminen joukosta on erittäin tärkeää sillä massaa on paljon. Moni katumuotibloggaaja hakee erottumista juurikin erilaisilla kategorioinneilla ja blogin laajentamisella sosiaalisen median eri kanaviin ja luomalla uusia tyyliosioita esimerkiksi keskittymällä asusteisiin tai tiettyihin väreihin. Pelkkä katumuodin dokumentointi ei enää yksin riitä. Selvitys on saanut minut miettimään TREndin suuntaa. Yleensä katumuotiblogit voidaan jaotella kahteen eri kategoriaan riippuen kuvattavista kohteista. Toiset etsivät tyylejä ja mielenkiintoisia persoonia ja toiset kuvaavat laadukkaita kuvia, riippuen kuvattavan asusta tai tyylistä. Tampereen kaltaisessa suurehkossa kaupungissa uskon erikoisia tyylejä olevan vähemmän kuten esimerkiksi Helsingissä. Kuvaajana edustan näitä molempia; etsin tyylejä massan seasta ja silti panostan kuitenkin laadukkaaseen toteutukseen ja tahdon tehdä katumuotiblogia mahdollisimman monipuolisesti.

Suomessa katumuotiblogit eivät vielä ole saaneet jalansijaa muotiblogien tavoin ja HelLooks oli urauurtava blogi Suomessa. Tämä johtuu varmasti myös kaupunkien pienuudesta; ei ole kannattavaa kuvata tyylejä kaupungeissa, joissa mahdollisuudet siihen ovat erittäin pienet. Tampereen kokoisessa kaupungissakin tyylien löytäminen ei ole aina helppoa, mutta ei myöskään liian haastavaa.

5.2 Työn tavoitteet ja arviointi

Päällimmäisenä projektista katumuodin parissa on jäänyt ajatus prosessin vaihtelevuudesta ja mukaansatempaavuudesta. Jokainen kuvauskerta on ollut erilainen ja ihmisten kanssa työskentely on minulle luontaista. Rohkeus ja itsevarmuus ovat kasvaneet jokaisen kuvauskerran jälkeen ja kuvaajana saatu suunnaton määrä kokemusta ja positiivinen palaute ovat inspiroineet minua jatkamaan bloginpitämistä.

Opinnäytetyön edetessä oli nopeasti kuitenkin helppo huomata blogin sisällön päivittämisen olevan hyvin aikaa vievää ja yllättävän haastavaa. Saavuttaakseen vakituisia lukijoita ja näkyvyyttä blogille on luotava tarkat postausajankohdat ja aikataulu. TREndin kohdalla tämä ei toteutunut täysin suunnitelmien mukaisesti. Postausten pilkkominen eri päiville olisi tuonut enemmän mielenkiintoa sisältöön. Aikataulullisesti projekti saatiin käyntiin nopeasti ja kuvaus käynnistyi heti säiden salliessa. Tavoitteisiin ei kuitenkaan täysin päästy alustavien suunnitelmien mukaisesti; kuvaus kaikille opinnäytetyön tekoviikoille oli mahdoton toteuttaa ja kevään yllättävät sääolosuhteet olivat esteenä sattumanvaraiselle kuvaamiselle.

Ajanhallinta projektin aikana on onnistunut ja työ ollaan saatu päätökseen aikataulun mukaisesti. Kuvaus venyi joinain viikkoina turhankin pitkälle huonon sään ja omien kiireiden vuoksi, mutta kesää kohti mennessä kuvaaminen helpottuu sekä ilmojen että aikataulujen osalta. Kuvaaminen sekä kirjallinen osuus ovat kuitenkin koko projektin ajan kulkeneet käsi kädessä ja molempia osuuksia on työstyetty yhtä suurella innolla. Työn kirjallinen vaihe on sujunut moitteettomasti ja taustatutkimuksen tekeminen on ollut mielekästä, sillä aihe on tuttu, kiinnostava ja erittäin ajankohtainen.

Opinnäytetyön tavoitteina oli selvittää mitä katumuotiblogin ylläpitäminen vaatii ja tutkia millaisena Tampereen katumuoti näyttäytyy kuvaajan silmissä. Koen saavuttaneeni tavoitteet onnistuneesti. Sivuaaineopintojen antaman kokemuksen sekä taustatutkimuksen ansiosta kuvaamisen ja bloginpitämisen aloittaminen oli helppoa ja mielenkiintoista ja inspiraatio sekä oman kuvaustyyli löytyivät hyvinkin nopeasti. Koen onnistuneeni blogin ammattimaisen ulkoasun luomisessa sekä laadukkaan sisällön tuottamisessa. Monipuolisen kuvausmateriaalin ansiosta on ollut helppo havainnoida tamperelaisten katumuotia ja tehdä selvitystä sen eri piirteistä. Tavoite blogin ylläpitämisen tuomista vaatimuksista ja sen seuraamisesta on antanut minulle vastauksia ja tunnistan vaateet, mitä usein päivittyvän katumuotiblogin tekemiseen vaaditaan. Parannettavaa löytyy kuitenkin näkyvyyden ja julkisuuden luomisen osalta ja myös tätä tutkimusta varten toisen sosiaalisen median palvelun lisääminen blogin yhteyteen olisi tuottanut varmasti enemmän tulosta. Katumuotiblogin ylläpitäminen vaatii myös tarkkaa järjestelmällisyyttä ja suunnittelua, joka varmasti tulee jatkossa olemaan helpompaa bloggaamis- ja kuvaamiskokemuksen kasvaessa.

Blogin ylläpitäminen jatkuu opinnäytetyön jälkeenkin. Sen volyymia tul- laan lisäämään sosiaalisen median yhdistämisellä enenevissä määrin blogin yhteyteen sekä paikallisten medioiden huomio herättämällä esimerkiksi tarjoamalla blogia Tampereen kaupungille. Tällöin se voisi toimia osana

kaupungin kulttuuripalveluita. Aikataulullisesti kesä on otollisempaa aikaa katumuotikuvaukselle; pukeutumisessa uskalletaan käyttää enemmän värejä ja printtejä ja ihmiset ovat enemmän liikkeellä. Myös erilaisissa tapahtumissa esimerkiksi kaupunkifestivaaleilla kuvaaminen kiinnostaa minua. Ihmisiä on tuolloin paljon liikkeellä ja katukuva huomattavasti kirjavampaa ja elävämpää.

Kokonaisuudessaan prosessi on ollut henkilökohtainen haaste ja testi, josta olen suoriutunut tuloksekkaasti. TREnd on kerännyt paljon kehuja ja positiivisia kommentteja ulkopuolisilta tahoilta ja aiheen parissa työskentely on ollut mielekästä ja hauskaa. Katumuotikuvaaminen on otettu vastaan kiinnostavana uutena aspektina ja Tampereen kaupungille se on uusi piristysruiske. Monet ovat ottaneet kuvauksen vastaan positiivisesti ja kiinnostuneina mikä on tullut jopa hieman yllätyksenä. Tähän asti kuvattujen henkilöiden joukko on tosin jäänyt harmillisen pieneksi ikäjakaumaltaan lieneekö syynä kuvausajankohta vai rohkeampi lähestymistapa nuoria kuvattavia kohtaan. Pääsin tutustumaan läheisesti kotikaupunkini tyyliarjontaan ja taltioimaan niitä yhteen paikkaan, jonka toivon vielä jonain päivänä kasvavan suuremmaksi kanavaksi ja saavan suuremman mediahuomion.

Valmis opinnäytetyö on minulle tärkeä selvitys ja syventyminen kotikaupunkini ihmisiin ja heidän tyyleihinsä. Katumuodista ja muodista yleisesti kiinnostuneena olen kokenut tärkeäksi päivittää Tamperetta maailman kartalle ja ilmentää kaupunkia tyylikkäänä ja muodikkaana. Monet suuret ja keski-suuret kaupungit usein jäävät Helsingin varjoon ja mielestäni tällainen erottautuminen on kaupungille eriarvoisen tärkeää myös kulttuurillisesti. TREndin luominen ja toteuttaminen on ollut minulle nautinto ja olen kokenut monet tunneskaalat työn aikana, surusta ja vihasta äärimmäiseen ylpeyteen ja iloon. Koen, että katumuotiblogillani on paljon annettavaa Tampereelle ja toivon sen kokoavan yhteen muodista ja kulttuurista kiinnostuneita kaupunkilaisia myös jatkossa.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Berry, J. 2010. Street-style: Fashion Photography, Weblogs and the Urban Image

Noppari, E. & Hautakangas, M. 2012. Kovaa työtä olla minä - Muotibloggaajat mediamarkkinoilla. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print Tampere

Polhemus, T. 1994. Street style. Singapore: C. S. Graphics

Sähköiset lähteet

Barkved, K. 21.4.2013. Adone Magazine. What is Street Style.
<http://adonemagazine.com/article/what-street-style#.VT5Su8711E5>
(Luettu 12.3.2015)

Berlinger, M. 23.1.2014. The Business of Fashion. What Happened to Street Style?
<http://www.businessoffashion.com/articles/opinion/op-ed-happened-street-style>
(Luettu 6.3.2015)

Collins, L. 16.3.2009. The New Yorker. Man On the Street, Bill Cunningham takes Manhattan.
<http://www.newyorker.com/magazine/2009/03/16/man-on-the-street>
(Luettu 10.3.2015)

Cunningham, B. 27.10.2002. Style, The New York Times.
<http://www.nytimes.com/2002/10/27/style/bill-on-bill.html>
(Luettu 11.3.2015)

Cunningham, B. Style, The New York Times. ND.
<http://www.nytimes.com/video/on-the-street/>
(Luettu 10.3.2015)

Ferrier, M. 12.8.2014. The Guardian. How street-style photography got real.
<http://www.theguardian.com/fashion/2014/aug/12/-sp-street-style-photography-real-peacocks-fashion>
(Luettu 6.3.2015)

Hyland, V. 4.9.2014. The Cut. The Elusive Bill Cunningham Finally Opens Up.
http://nymag.com/thecut/2014/09/elusive-bill-cunningham-finally-opens-up.html?mid=twitter_cut
(Luettu 10.3.2015)

Instagram, About us. ND

<https://instagram.com/about/us/>

(Luettu 30.3.2015)

Jepsen, S. The Locals Web Site. ND.

<http://www.thelocals.dk/about/>

(Luettu 23.3.2015)

Jokinen, L. & Karjalainen, S. Hel Looks, About Hel Looks. ND.

<http://www.hel-looks.com/about/>

(Luettu 25.3.2015)

Murrow, L. 27.9.2011. The Cut. Street Style Maven Caroline Blomst Put Stockholm on the Map.

http://nymag.com/thecut/2011/09/caroline_blomst.html

(Luettu 23.3.2015)

Myrsky.net. 30.12.2002. Mikä on blogi?

<http://www.myrsky.net/faust3/mika-on-weblog/>

(Luettu 13.3.2015)

Polhemus, T. Ted Polhemus Web Site. ND.

http://www.tedpolhemus.com/main_concept6%20467.html

(Luettu 6.3.2015)

Rambali, P. & Callard S. 25.9.1994. The Independent. The British Supermarket of Style.

<http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/fashion--the-british-supermarket-of-style-street-style-has-been-our-biggest-fashion-export-now-neatly-divided-into-tribes-its-become-a-museum-exhibit-at-the-va-paul-rambali-mourns-its-fate-sarah-callard-talks-to-those-who-gave-seminal-pieces-to-the-show-1450938.html>

(Luettu 18.3.2015)

Refinery29. Has Street Style Jumped The Shark? ND.

<http://www.refinery29.com/street-style-history#slide-1>

(Luettu 13.3.2015)

Rodic, Y. Yvan Rodic Web Site. ND.

<http://www.yvanrodic.com/about>

(Luettu 20.3.2014)

Salasuo, M. & Poikolainen J. & Komonen M. Nuorisotutkimusseura Ry. Alakulttuuriset kollektiivit jäivät 1980-luvulle.

<http://www.nuorisotutkimusseura.fi/ajankohtaista/katukulttuuri>

(Luettu 6.3.2015)

Schuman, S. The Sartorialist Web Site. ND.

<http://www.thesartorialist.com/biography/>

(Luettu 18.3.2015)

Shabazz, J. Jamel Shabazz Web Site. ND.

<http://www.jamelshabazz.com/about.html>

(Luettu 16.3.2015)

Shaw, D. 14.2.2013. The Cut. Bill Cunningham's Big Gay Heart.

<http://nymag.com/thecut/2013/02/bill-cunninghams-big-gay-heart.html>

(Luettu 10.3.2015)

Signature9. The 99 Most Influential Fashion & Beauty Blogs. ND.

<http://www.signature9.com/style-99>

(Luettu 13.3.2015)

The Business of Fashion, Tommy Ton Biography. ND.

<http://www.businessoffashion.com/community/people/tommy-ton>

(Luettu 17.3.2015)

Yle Kuningaskuluttaja. 27.3.2013. Blogissa mainos ei aina näytä mainokselta.

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/02/27/blogissa-mainos-ei-aina-nayta-mainokselta>

(Luettu 7.3.2015)

Videolähteet

DailyCandy : Chasing Tommy Ton. 20.9.2013.

<https://www.youtube.com/watch?v=wN8W6cEJb98>

(Katsottu 18.3.2015)

Intel Visual Life : The Sartorialist. 4.1.2011.

<https://www.youtube.com/watch?v=e5NgG5koPZU>

(Katsottu 18.3.2015)

Kuvalähteet

Kuva 1. Esimerkkikuva sivuaineopintojen osana suoritetuista editorial – kuvauksista University of South Walesissa. 2013.

Kuva 2. Esimerkkikuva sivuaineopintojen osana suoritetuista katumuotikuvauksista University of South Walesissa. 2013.

Kuva 3. Esimerkkikuva HAMK:n työelämäprojektina toteutetusta look bookista yhteistyössä Palmroth Originalin kanssa. 2015.

Kuva 4. Esimerkkikuva HAMK:n työelämäprojektina toteutetusta look bookista yhteistyössä Palmroth Originalin kanssa. 2015.

Kuvio 5. Viitekehys.

Kuvio 6. Kaavakuva blogikategorioinnista.

Kuva 7. Pupulandia –blogin Jenni Rotonen esittelee Katri Niskasen uutta mallistoa. 25.2.2015.

<http://www.lily.fi/blogit/pupulandia/ennakkokurkkaus-suomi-muodin-syksyyn-katrin-aw15>

(Viitattu 10.3.2015)

Kuva 8. 5 Inch and Up –blogin Sandra Hagelstam poseeraa mallina omassa blogissaan. 9.3.2015.

<http://5inchandup.blogspot.fi/2015/03/snake-steps.html>

(Viitattu 10.3.2015)

Kuva 9. Bloggaaja Annaliina Heiskanen mallina blogipostauksessaan ”The Edge of Glory”. 8.3.2015.

<http://annaliinaheiskanen.blogspot.fi>

(Viitattu 10.3.2015)

Kuva 10. Bloggaaja Annaliina Heiskanen mallina blogipostauksessaan ”The Edge of Glory”. 8.3.2015.

<http://annaliinaheiskanen.blogspot.fi>

(Viitattu 10.3.2015)

Kuva 11. Christine Centenera Pariisin muotiviikoilla 2015. ND.

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5361/paris-street-style-fall-2015/?slide=3>

(Viitattu 13.3.2015)

Kuva 12. Laulaja Kanye West sekä Kim Kardashian-West Pariisin muotiviikoilla 2015. ND.

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5361/paris-street-style-fall-2015/?slide=3>

(Viitattu 13.3.2015)

Kuva 13. Nainen Balenciagan mekossa ja takissa 1955. ND.

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5000/iconic-street-style/>

(Viitattu 15.3.2015)

Kuva 14. Nainen Lontoossa 1970-luvulla. ND.

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/street-style/g5000/iconic-street-style/>

(Viitattu 15.3.2015)

Kuva 15. Bill Cunningham työssään. ND.

<https://fi.pinterest.com/pin/224265256414205788/>

(Viitattu 11.3.2015)

Kuva 16. Bill Cunninghamin kolumni ”On the Street” The New York Times:ssa. ND.

<https://fi.pinterest.com/pin/265712446735570229/>

(Viitattu 11.3.2015)

Kuva 17. Jamel Shabazzin tuotantoa. ND.
<https://fi.pinterest.com/pin/436004807647033820/>
(Viitattu 16.3.2015)

Kuva 18. Jamel Shabazzin tuotantoa. ND.
<https://fi.pinterest.com/pin/454089574901437336/>
(Viitattu 16.3.2015)

Kuva 19. Näyttökuva The Sartorialist –blogista. 18.3.2015.
<http://www.thesartorialist.com/biography/>
(Viitattu 18.3.2015)

Kuva 20. Esimerkkikuva Scott Schumanin tuotannosta. ND.
<https://www.pinterest.com/pin/199495458463387300/>
(Viitattu 18.3.2015)

Kuva 21. Esimerkkikuva Scott Schumanin tuotannosta. ND.
<https://www.pinterest.com/pin/187814246931015711/>
(Viitattu 18.3.2015)

Kuva 22. Näyttökuva Facehunter –blogista. 20.3.2015.
<http://www.facehunter.org>
(Viitattu 20.3.2015)

Kuva 23. Yvan Rodicin tuotantoa Pariisin muotiviikoilta. 5.11.2014.
<http://www.facehunter.org/2014/11/pfw-irene-candela-igi-rei-sasha.html>
(Viitattu 20.3.2015)

Kuva 24. Yvan Rodicin tuotantoa Pariisin muotiviikoilta. 5.11.2014.
<http://www.facehunter.org/2014/11/pfw-irene-candela-igi-rei-sasha.html>
(Viitattu 20.3.2015)

Kuva 25. Yvan Rodicin tuotantoa Armeniasta. 26.12.2014.
<http://www.yvanrodic.com/posts/5020/armenia>
(Viitattu 20.3.2015)

Kuva 26. Yvan Rodicin tuotantoa Armeniasta. 26.12.2014.
<http://www.yvanrodic.com/posts/5020/armenia>
(Viitattu 20.3.2015)

Kuva 27. Näyttökuva Tommy Tonin blogista. 23.3.2015.
<http://www.tommyton.com>
(Viitattu 23.3.2015)

Kuva 28. Style.com. Tommy Tonin tuotantoa Pariisin muotiviikoilta. 30.1.2015.
<http://www.style.com/street/tommy-ton/2015/fall-2015-menswear-street-style>
(Viitattu 23.3.2015)

Kuva 29. Style.com. Tommy Tonin tuotantoa Pariisin muotiviikoilta. 27.2.2015.

<http://www.style.com/slideshows/slideshows/street/tommy-ton/2015/fall-2015-ready-to-wear-street-style/slides/89>

(Viitattu 23.3.2015)

Kuva 30. Näyttökuva The Locals -blogista. 23.3.2015

<http://www.thelocals.dk>

(Viitattu 23.3.2015)

Kuva 31. Søren Jepsenin tuotantoa The Locals –blogista. 24.2.2015.

<http://www.thelocals.dk/blog/camille-charriere2>

(Viitattu 25.3.2015)

Kuva 32. Carolines Mode –blogin tuotantoa. 24.3.2015.

<http://carolinesmode.com/stockholmstreetstyle/art/323478/charlotte/>

(Viitattu 25.3.2015)

Kuva 33. Näyttökuva Hel Looks –blogista. 14.5.2014.

http://www.hel-looks.com/20140514_01/

(Viitattu 25.3.2015)

Kuva 34. Hel Looks-blogin tuotantoa. 18.1.2014.

http://www.hel-looks.com/20140118_01/

(Viitattu 25.3.2015)

Kuva 35. Näyttökuva The Locals –blogin Colour Special –osiosta.

<http://www.thelocals.dk>

(Viitattu 26.3.2015)

Kuva 36. Näyttökuva TREndin etusivulta. 31.3.2015.

<http://streetstyleintampere.com>

(Viitattu 31.3.2015)

Kuva 37. Näyttökuva artikkelikuvasta TREndin etusivulla. 31.3.2015.

<http://streetstyleintampere.com>

(Viitattu 31.3.2015)

Kuva 38. Esimerkkikuva postauksissa esiintyvistä hakusanoista, jakopainikkeista sekä avainsanoista.

<http://streetstyleintampere.com>

(Viitattu 31.3.2015)

Kuva 39. Esimerkkikuva TREndissä esiintyvistä kuvaustyylistä. 26.3.2015.

<http://streetstyleintampere.com/2015/03/26/iisa/>

(Viitattu 1.4.2015)

Kuva 40. Esimerkkikuva horisontaalisesta kuvaustyylistä. 13.3.2015.

<http://streetstyleintampere.com/2015/03/13/riikka/>

(Viitattu 1.4.2015)

Kuva 41. Esimerkkikuva yksityiskohtien kuvaamisesta. 11.3.2015
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/11/taija/>
(Viitattu 11.3.2015)

Kuva 42. Esimerkkikuva jälkieditoinnista. 26.3.2015.
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/26/juuso/>
(Viitattu 7.4.2015)

Kuva 43. Esimerkkikuva jälkieditoinnista. 26.3.2015.
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/26/juuso/>
(Viitattu 7.4.2015)

Kuva 44. Näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta. Yhteenveto näytöistä kuukauden ajalta. 13.4.2015.
<http://streetstyleintampere.com>
(Viitattu 13.4.2015)

Kuva 45. Näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta. Yhteenvetona blogin näytöt per päivä per kuukausi. 13.4.2015.
<http://streetstyleintampere.com>
(Viitattu 13.4.2015)

Kuva 46. Näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta. Yhteenvetona lukijamaat kuukauden ajalta. 13.4.2015.
<http://streetstyleintampere.com>
(Viitattu 13.4.2015)

Kuva 47. Päivitetty näyttökuva TREnd –blogin tilastosivulta. 27.4.2015
<http://streetstyleintampere.com>
(Viitattu 27.4.2015)

Kuva 48. Esimerkki etnisestä pukeutumistyylistä. 13.3.2015
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/13/emma/>
(Viitattu 15.4.2015)

Kuva 49. Esimerkki rock-henkisestä pukeutumistyylistä. 11.3.2015
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/11/christel-ja-daniel/>
(Viitattu 15.4.2015)

Kuva 50. Esimerkkikuva skandinaavisesta pukeutumistyylistä. 11.3.2015.
<http://streetstyleintampere.com/2015/03/11/elina-2/>
(Viitattu 15.4.2015)

Kuvio 51. Kaavakuva prosessista ja tuloksista.

Luentolähteet

Carter, S. & Smith, P. & Persall, A. Fashion Photography, luennot. University of South Wales, Cardiff 2013. Luentojen muistiinpanot.

Press, R. Bill Cunningham New York- dokumentti. University of South Wales, Cardiff 2013.

Vreeland, L. & Perlmutter, B. & Tchong, F. Diana Vreeland : The Eye Has To Travel –dokumentti. University of South Wales, Cardiff 2013.

HAASTATTELUKYSYMYKSET IDA HANHINIEMELLE

1. Bloggarit, jotka kirjoittavat mielellään muodista, postaavat usein asuku-
via tai tekevät kampanjoita alan yritysten kanssa, kutsuvat blogejaan
muotiblogeiksi. Tänä päivänä blogit ovat sisällöiltään kuitenkin todella
laajoja ja niissä käsitellään myös sisustamista, musiikkia, harrastuksia tai
vaikkapa ruokaa. Koetko itse termin "muotiblogi" liian rajatuksi?
2. Bloggaajat taistelevat alituisen yksityisyyden ja julkisuuden rajamailla.
Oletko itse joutunut koskaan tilanteeseen, jossa pelkää yksityisyytesi pu-
olesta tai olet joutunut todella pitkään miettimään, onko tämä liian hen-
kilökohtaista blogiin?
3. Maksettu markkinointi on tänä päivänä jo hieman julkisuutta keränneel-
le bloggarille tärkeää. Koetko itse tämän haasteena vai
tena? (myös kysymykset 4 ja 5 liittyvät tähän aiheeseen)
4. Kuinka usein sinulle tarjotaan mahdollisuutta tällaisiin yhteistyökam-
panjoihin yritysten kanssa?
5. Kuinka valikoit yritykset kenen kanssa työskennellä?
6. Koetko, että oman, henkilökohtaisen blogin pitäminen olisi verrattavis-
sa esim. elämäntapaan?
7. Mistä nautit eniten bloggamisessa?
8. Kuvaan Tampereen katumuotia blogiini. Innostuin katumuotikuvaamis-
esta kun opiskelin muotimarkkinointia Iso-Britanniassa ja haluaisin jatkaa
blogin pitämistä vielä opinnäytetyön jälkeenkin. Koetko, että tällaisella
blogilla on tarvetta Tampereen kokoisessa kaupungissa?
9. Usein sanotaan, että suomalaiset eivät uskalla pukeutua räväkkäästi tai
tuoda itseään esille pukeutumisellaan. Millaisena sinä näet Tampereen ka-
tumuodin ja voisiko Tamperetta kutsua muodikkaaksi kaupungiksi?

HAASTATTELUKYSYMYKSET LIISA JOKISELLE

1. Kiinnostuin katumuotikuvaamisesta syksyllä 2013 kun olin vaihdossa Iso-Britanniassa kun opiskelin sivuaineenani muotimarkkinointia. Miten olet itse päätenyt kuvaamaan?
2. Koetko, että kuvaajan omat tyyliimieltymykset vaikuttavat valittuihin kuvauskohteisiin?
3. Oman blogin markkinointi on tärkeää varsinkin sosiaalisessa mediassa näkyvyyden kannalta. Oletteko joutuneet tekemään paljon töitä aikoinaan omaa blogia perustaessanne?
4. Monet kuvaajat tekevät mitä vain saadakseen hyvän kuvan. Oletko kokenut kuvaamista koskaan haasteena tai oletko joutunut viettämään kauan aikaa kadulla ikuistaaksesi mieleenpainuvan tyylin?
5. Kuinka monta tuntia yleensä vietät kadulla kuvaten per päivä?
6. Minkä luulet olevan sopiva postaustiheys (esim viikossa) aloittelevalle blogille, jotta suosio ja lukijat säilyvät?
7. Monissa katumuotiblogeissa ovat pääosassa kuvat ja tekstiä/tietoa kuvattavasta on vain vähän. Osaisitko mainita joitain tiettyjä asioita, mitä tulisi ottaa huomioon blogin ulkoasussa/postaamisessa?
8. Katumuotikuvaajat usein metsästävät tyylejä, eivät niinkään kiinnitä huomiota ihmiseen jonka yllä asu on. Toisaalta taas monet, varsinkin valokuvaajiksi kouluttautuneet kuvaavat pääasiassa ihmisiä, eivätkä välitä siitä onko kuvattava tarpeeksi tyylikäs kuvaan vai ei. Koetko itse olevasi enemmän tyylien etsijä vai kuvaatko mielenkiintoisia ihmisiä? Osaisitko sanoa itsestäsi, kumpaan näistä kuulut?
9. Tämän päivän katumuoti ulottuu aina suuriin muotitaloihin asti. Kuvaajat kuvaavat usein myös suurten muotinäytösten ulkopuolella, jolloin katsojalle annettu kuva ei ole ehkä täysin realistinen ja helposti samaistuttava, toisin kuin suoraan kadulta bongattu tyyli. Hyvä esimerkki katumuodin "luksuksesta" on Tommy Tonin tuotanto. Koetko, että ihmisiä kiinnostaa enemmän julkisuuden henkilöiden tyyli ja kulkeeko ns. "tavalisten" ihmisten tyyli samalla viivalla?
10. Minua kiinnostaisi jatkaa kuvaamista ja bloginpitämistä aktiivisesti myös opinnäytetyöni jälkeen. Uskotko, että Tampereen kokoisessa kaupungissa voisi olla tämänkaltaiselle blogille tarvetta?



VALOKUVIEN KÄYTTÖSOPIMUS

LUPA VALOKUVIEN KÄYTTÖÖN

8.3.2015

Olen Jenni Valtee, lopputyötä vaille valmis jalkinesuunnittelija ja muotoilija Hämeen ammattikorkeakoulusta Hämeenlinnasta.

Teen opinnäytetyössäni tutkimusta Tampereen katumuodista ja perustan sen toiminnanosuutena katumuotiblogin. Tähän blogiin kerään materiaalia valokuvaamalla itse erilaisia tyylejä Tampereen kaduilla.

Käytän kuvaamaani materiaalia vain ja ainoastaan opinnäytetyötäni varten ja ne julkaistaan ainoastaan streetstyleintampere.com:ssa. Kuvatusta tulee julki ainoastaan etunimi ja jos kuvattu haluaa antaa lisätietoa käyttämistään vaatteista/asusteista.

Tämän sopimuksen allekirjoittaneena hyväksyn kuvaani käytettävän Jenni Valteen opinnäytetyön sisällössä sekä streetstyleintampere.com- sivustolla.

Allekirjoitus

Nimenselvennys

Paikka ja aika

Jenni Valtee

jenni.valtee@gmail.com

0408674128

<http://www.lily.fi/blogit/shoes-oh-shoes>

www.streetstyleintampere.com



VALIKOITUJA KUVIA KATUMUOTIBLOGISTA









